

Ikea Mito E Realt

Like many ideological dictatorships of the twentieth century, North Korea has always considered cinema an indispensable propaganda tool. No other medium penetrated the whole of the population so thoroughly, and no other medium remained so strictly and exclusively under state control. Through movies, the two successive leaders Kim Il Sung and Kim Jong Il propagandized their policies and sought to rally the masses behind them, with great success. This volume chronicles the history of North Korean cinema from its beginnings to today, examining the obstacles the film industry faced as well as the many social problems the films themselves reveal. It provides detailed analyses of major and minor films and explores important developments in the industry within the context of the concurrent social and political atmosphere. Through the lens of cinema emerges a fresh perspective on the history of North Korean politics, culture, and ideology.

"Author Javier Sierra embarks on a grand tour of the Prado museum in this historical novel that illuminates the fascinating mysteries behind some of the greatest paintings in the world--complete with gorgeous, full-color inserts of artwork by Raphael, Boticelli, and other masters"--

La storia del Monopoly che conosciamo inizia negli anni della Grande Depressione quando un disoccupato di nome Charles Darrow si presenta alla Parker Brothers e vende quello che diventerà il gioco da tavolo più famoso e diffuso a livello planetario. Darrow si libera dalla povertà e risolve indirettamente le sorti della Parker Brothers, a quel tempo sull'orlo del collasso finanziario. La storia vera, però, è un po' diversa. Comincia più di trent'anni prima. Alle origini di Monopoly c'è una donna: Elizabeth Magie Phillips detta Lizzie e il suo Landlord's game, ideato come uno strumento didattico per istruire la gente sui pericoli dei monopoli. La vera differenza tra il suo gioco e quello di Darrow era lo spirito: progressista il primo, capitalista l'altro. George Parker acquista comunque da Lizzie i diritti del Landlord's game per cinquecento dollari e senza royalty. Lei si illude che il gioco, brevettato trent'anni prima, potrà essere pubblicizzato e distribuito su vastissima scala. E che potrà diffondersi il messaggio politico: «Lo scopo del gioco non è solo divertire, ma mostrare come, con le leggi vigenti, i proprietari terrieri siano privilegiati rispetto agli altri imprenditori », così raccontava ai giornali dell'epoca. Anche se non vi piacesse giocare a Monopoly, vi piacerà leggerne la storia. Affascinante come una detective story.

In un profluvio quasi inarrestabile di parole di, su e con Matteo Renzi, è importante fermarsi e guardare al «fenomeno Renzi» da prospettive più inconsuete rispetto alla pubblicistica corrente. L'ottica è quella offerta dai moderni filoni della brand communication. L'autore discute come e perché oggi il leader sia sempre più medium e brand di se stesso, non accontentandosi più di seguire valori ed estetiche dell'epoca della spettacolarizzazione, come la potenza di un'immagine patinata, edulcorata e perfezionata dalla tecnologia. Empatia, esperienzialità sono solo alcune delle dimensioni emergenti che caratterizzano l'attuale ecosistema dei media, dominato dalle logiche del web 2.0 e dei social network. Un contributo autoriale di grande spessore per avere chiavi di lettura sul chi e che cosa è la marca Renzi con il suo mix di arrivismo ed etica, «velocismo» e coolness, italianità e nuovismo... e parecchio altro!

Che cos'hanno in comune le «vere» lasagne all'emiliana con tracce di DNA equino, i suicidi in azienda e la crisi dei subprime? Sono tre scandali che testimoniano di un mondo che, a forza di cercare il profitto immediato, trascina consumatori, lavoratori e risparmiatori in una folle corsa attraverso una realtà industrializzata e globale, sempre più kafkianamente complessa. L'essere umano si ritrova così sconnesso tanto dai ritmi naturali quanto dal suo ambiente più prossimo. Critici di fronte a questa accelerazione che ci sta intossicando, i movimenti Slow seducono ogni giorno di più nuovi adepti in tutto il mondo. Ma che cosa propongono? Da un lato di impiegare il tempo in modo autentico, dall'altro di considerare che il piacere non consiste nell'accumulo disordinato che da decenni ormai ci viene venduto come un progresso. Il libro ci invita a scoprire, attraverso uno sguardo che si apre su una dimensione globale, la vera e propria galassia di questi movimenti che si fanno cantori di una moderazione gioiosa e sostenibile. A partire dal capostipite, il ben noto Slow Food, per arrivare a Slow Sex, passando per Slow Money, Slow Tourism e CittaSlow... e tanti altri.

p.p1 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px Cambria; min-height: 16.0px} p.p2 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px Cambria} p.p3 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 13.5px Georgia} p.p4 {margin: 0.0px 0.0px 1.8px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px Cambria; min-height: 16.0px} p.p5 {margin: 0.0px 0.0px 1.8px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px Cambria} p.p6 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 13.5px Georgia; min-height: 15.0px} span.s1 {letter-spacing: 0.0px} span.s2 {font: 13.5px Georgia; letter-spacing: 0.0px} Vuoi capire come è nata IKEA? E come il suo creatore, Ingvar Kamprad, ha costruito il suo impero? Oltre al testo l'ebook contiene . Galleria di immagini (weblink): una ricca selezione fotografica ripercorre per immagini la biografia di Ingvar Kamprad . Galleria di video (weblink): i momenti chiave della storia di IKEA nei video storici Con questo ebook, scoprirai la visione e le strategie di Ingvar Kamprad, creatore di IKEA, e le tattiche che lo hanno portato a essere uno degli uomini più ricchi del pianeta. Ingvar Kamprad seppe leggere i cambiamenti che stavano scuotendo la società europea nel secondo dopoguerra ed ebbe l'idea di creare dei mobili belli, secondo i canoni estetici e funzionali propri del design scandinavo, ma a basso costo. Ed è questa anche oggi la filosofia IKEA, che può essere riassunta in due parole: design democratico. Grazie a questa visione Kamprad ha arredato migliaia di case nel mondo creando uno dei colossi di business di tutti i tempi. Contenuti principali dell'ebook . La visione e gli obiettivi di Kamprad . Le tappe della storia di IKEA . I successi e le innovazioni . Le strategie per crescere e produrre profitti . La centralità del cliente . Il lavoro, la leadership e il successo secondo Kamprad Nell'ebook trovi inoltre una ricca appendice con . Una raccolta di citazioni di Ingvar Kamprad . La vita di Ingvar Kamprad in punti . La storia di IKEA in punti . Galleria di immagini . Galleria di video . Sitografia . Bibliografia Perché leggere l'ebook . Per conoscere la storia di uno degli imprenditori più grandi del nostro tempo . Per imparare come Ingvar Kamprad ha superato gli ostacoli mantenendo intatta la sua visione . Per capire come tenacia e visione a lungo termine sono i fondamenti del successo A chi si rivolge l'ebook . Agli imprenditori e imprenditrici, ai venditori e venditrici, ai liberi professionisti che ogni giorno scommettono sul proprio lavoro . A chi cerca un esempio pratico di come trasformare la propria idea in realtà, lavorando giorno dopo giorno . A chi cerca un esempio di successo che gli insegni come affrontare e superare gli ostacoli . A chi ha avviato o vuole avviare una start-up, e vuole ispirarsi a un gigante dell'impresa . A formatori, coach e consulenti d'azienda, che possono trovare fonti d'ispirazione ed esempi per i loro corsi e workshop

A young Japanese woman was running through Tokyo station screaming "Save me! Save me!" There was a Japanese man chasing her and closing in. He grabbed her wrist and caught her about 10 feet in front of me. The woman was still yelling "Save me! Save Me!" but the Japanese people in the crowded station ignored her, not wanting to get involved. This is the beginning of just one of the stories from my experience living in Japan in the 1980's, where I had moved right after graduating university. It was still rare to see an American who could speak Japanese fluently. This book guides the reader through my many adventures navigating through Japanese culture while living in the outskirts of Tokyo, as well as Tokyo proper.

Non sempre gli economisti si sono resi tempestivamente conto delle possibilità che il sistema economico entrasse in crisi. Specie nel caso della crisi esplosa nel 2007 gli errori di valutazione sono stati particolarmente densi di conseguenze. La maggior parte degli economisti riteneva che la fase di stabilità economica che aveva caratterizzato il ventennio precedente si sarebbe prolungata ancora per molto; pensavano piuttosto che il mondo stesse entrando in una fase di grande moderazione, nella quale i principali indicatori economici sarebbero stati caratterizzati da performance positive di lungo periodo. La brutta notizia è che si sbagliavano. Gli economisti sono quindi avventati? O non meritano la fiducia riposta in loro? Per capirlo, si ricostruiscono alcuni dei passaggi che hanno caratterizzato il dibattito della teoria economica più recente, senza dimenticare che la storia degli abbagli che hanno condotto a disastri finanziari più o meno gravi è lunga e la lista è quasi divertente, se non fosse per gli immani guai che ha provocato.

While many business schools are teaching Global Operations Strategy with self-made teaching materials, there are no such textbooks. Combining practical approaches with detailed theoretical underpinnings, this book provides theories, tools, frameworks, and techniques for global operations strategy, and brings real world perspectives to students and managers. Each chapter includes definition of key terms, introduction of fundamental theories, several short case examples, one long new case to explain the associated theories, and recommended further reading.

Il tema dell'innovazione è di grande attualità per ogni azienda, uno dei punti chiave per il successo in questa difficile situazione economica. La focalizzazione di aziende e professionisti sul loro cuore pulsante, cioè l'insieme dei prodotti e dei servizi offerti sul mercato, permette di recuperare risorse preziose e dedicarle a ciò che può fare la differenza nel tempo. Riuscire ad applicare i principi del Lean Thinking, ossia la cultura del massimo risultato con il minor sforzo, nei processi dove si gioca l'innovazione in azienda, può diventare oggi l'arma più potente al costo più competitivo. Ecco il perché di un libro che si prefigge di trasferire una metodologia che lega prodotti, processi, persone e strumenti attraverso un sistema applicabile in qualsiasi contesto aziendale e avvalendosi degli esempi di numerosi casi di successo, tra cui Lamborghini, Peugeot-Citroen, Telecom, Laika, Sacmi, Ethos e molti altri.

Electronic open access edition funded by the National Endowment for the Humanities. Covering from 1915 to the present, this book deals with the role that artists and intellectuals have played regarding projects of European integration. Consciously or not, they partake of a tradition of Euroskepticism. Because Euroskepticism is often associated with the discourse of political elites, its literary and artistic expressions have gone largely unnoticed. This book addresses that gap. Taking Spain as a case study, author Luis Martín-Estudillo analyzes its conflict over its own Europeanness or exceptionalism, as well as the European view of Spain. He ranges from canonical writers like Unamuno, Ortega y Gasset, and Zambrano to new media artists like Valeriano López, Carlos Spottorno, and Santiago Sierra. Martín-Estudillo provides a new context for the current refugee crisis, the North-South divide among EU countries, and the generalized disaffection toward the project of European integration. The eclipsed critical tradition he discusses contributes to a deeper understanding of the notion of Europe and its institutional embodiments. It gives resonance to the intellectual and cultural history of Europe's "peripheries" and re-evaluates Euroskeptic contributions as one of the few hopes left to imagine ways to renew the promise of a union of the European nations.

This work offers a fascinating insight into a crucial genetic process. Recombination is, quite simply, one of the most important topics in contemporary biology. This book is a totally comprehensive treatment of the subject, summarizing all existing views on the topic and at the same time putting them into context. It provides in-depth and up-to-date analysis of the chapter topics, and has been written by international experts in the field.

What if you could tour Japan for half the cost that others pay and get more out of it? This book shatters the myth that a trip Japan must be too expensive or too foreign for independent travel. In the past 30 years, author and editor, Morrie and Leslee Goldman have kept returning to Japan. Their travels and research led to a realization that a different kind of book was needed to provide guidance to first or second-time visitors to Japan. Think of this book as a travel-savvy friend who already understands something of your comfort zone. You don't have buckets full of money to spend, and at the same time, you're not looking for bare-bones accommodations. With some advance prep, you can learn enough about Japan to plan a personalized trip, spend wisely, easily get around on your own and really understand the culture and the country. Simply put, this is a guidance book, written for travelers who are interested in a trip that offers More Japan for Less! That means more enjoyment, more of a real Japan experience, without buying into an overpriced canned group tour. By learning about Japan in advance, and then having a willingness to embrace its culture, you can create your own personalized tour. And you'll do it without overspending where it's not needed, allowing you to splurge when it will have the biggest payoff. In More Japan for Less, you'll learn: -How to plan your personalized itinerary, tailored to your interests-The best and worst times to travel-How to travel in Japan like a local-Simple ways to overcome the language gap-Lodging insights, including how to save and where to splurge-Eat better and lower your food costs!-All about the amazing Japan Rail Pass.-How to handle health or dietary restrictions-About local guides, both free and paid-About the 2020 Tokyo Olympics and other major events-How and where to enjoy hot spring bathing-What to buy in Japan and where to buy it -What to pack and what you may not bring into Japan-Money management, and where to find English cash stations-About travel apps and websites to keep you on course-Insights into Japan, its people and culture that even experienced travelers may not know And much more! With vital information for the first- or second-time visitor to Japan, it provides essential information, even before you buy an encyclopedic guide book. See more. Do more. Spend less, with MORE JAPAN FOR LESS!

Semiotics has been making progressively inroads into marketing research over the past thirty years. Despite the amply demonstrated conceptual appeal and empirical pertinence of semiotic perspectives in various marketing research streams, spanning consumer research, brand communications, branding and consumer cultural studies, there has been a marked deficit in terms of consolidating semiotic brand-related research under a coherent disciplinary umbrella with identifiable boundaries and research agenda. The Handbook of Brand Semiotics furnishes a compass for the perplexed, a set of anchors for the inquisitive and a solid corpus for scholars, while highlighting the conceptual richness and methodological diversity of semiotic perspectives. Written by a team of expert scholars in various semiotics and branding related fields, such as John A. Bateman, David Machin,

Xavier Ruiz Collantes, Kay L. O'Halloran, Dario Mangano, George Rossolatos, Merce Oliva, Per Ledin, Gianfranco Marrone, Francesco Mangiapane, Jennie Mazur, Carlos Scolari, Ilaria Ventura, and edited by George Rossolatos, Chief Editor of the International Journal of Marketing Semiotics, the Handbook is intended as a point of reference for researchers who wish to enter the 'House of Brand Semiotics' and explore its marvels. The Handbook of Brand Semiotics, actively geared towards an inter-disciplinary dialogue between perspectives from marketing and semiotics, features the state-of-the-art, but also offers directions for future research in key streams, such as: Analyzing and designing brand language across media Brand image, brand symbols, brand icons vs. iconicity The contribution of semiotics to transmedia storytelling Narrativity and rhetorical approaches to branding Semiotic roadmap for designing brand identity Semiotic roadmap for designing logos and packaging Comparative readings of structuralist, Peircean and sociosemiotic approaches to brandcomms Sociosemiotic accounts of building brand identity online Multimodality and Multimodal critical discourse analysis Challenging the omnipotence of cognitivism in brand- related research Semiotics and (inter)cultural branding Brand equity semiotics

A provocative, handpicked collection of relevant (and surprising) essential recipes for today's cook. We have countless recipes at our disposal today but what are the real keepers, the ones that don't just feed us when we're hungry or impress our friends on Saturday night, but inspire us to get into the kitchen? At the forefront of American cooking for more than 20 years, the editors at America's Test Kitchen have answered this question in an essential collection of recipes that you won't find anywhere else: 100 Recipes Everyone Should Know How to Make. Organized into three recipe sections—Absolute Essentials, Surprising Essentials, and Global Essentials—each recipe is preceded by a thought-provoking essay that positions the dish. For example, Treating Pasta Like Rice Simplifies Everything; A Covered Pot Is a Surprisingly Good Place to Roast a Chicken; and Re-imagine Pie in a Skillet to Simplify the Process. You'll find useful workday recipes like a killer tomato sauce that's almost as easy as opening a jar of the store-bought stuff; genius techniques for producing amazing flavor—try poaching chicken breasts over a garlic-and-soy- spiked brine (trust us, it's that good); and familiar favorites reinvigorated—the best beef stew comes from Spain (and it's even easier to make than the stateside stew you've been eating for years). Gorgeous photography (shot right in the test kitchen) accompanies every recipe, revealing the finished dish as well as highlights of its preparation. Likely to stir debate among anyone interested in food and cooking, 100 Recipes Everyone Should Know How to Make provides a snapshot of how we cook today and will galvanize even the most jaded cook to get into the kitchen. From the Hardcover edition.

This book is designed to offer a comprehensive high-level introduction to transhumanism, an international political and cultural movement that aims to produce a "paradigm shift" in our ethical and political understanding of human evolution. Transhumanist thinkers want the human species to take the course of evolution into its own hands, using advanced technologies currently under development – such as robotics, artificial intelligence, biotechnology, cognitive neurosciences, and nanotechnology – to overcome our present physical and mental limitations, improve our intelligence beyond the current maximum achievable level, acquire skills that are currently the preserve of other species, abolish involuntary aging and death, and ultimately achieve a post-human level of existence. The book covers transhumanism from a historical, philosophical, and scientific viewpoint, tracing its cultural roots, discussing the main philosophical, epistemological, and ethical issues, and reviewing the state of the art in scientific research on the topics of most interest to transhumanists. The writing style is clear and accessible for the general reader, but the book will also appeal to graduate and undergraduate students.

Soma Yukihiro's old man runs a small family restaurant in the less savory end of town. Aiming to one day surpass his father's culinary prowess, Soma hones his skills day in and day out until one day, out of the blue, his father decides to enroll Soma in a classy culinary school! Can Soma really cut it in a school that prides itself on a 10 percent graduation rate? And can he convince the beautiful, domineering heiress of the school that he belongs there at all?! -- VIZ Media

This book focuses on the previously neglected interface between the conservation of plant genetic resources and their utilization. Only through utilization can the potential value of conserved genetic resources be realized. However, as this book shows, much conserved germplasm has to be subjected to long term pre-breeding and genetic enhancement before it can be used in plant breeding programs. The authors explore the rationale and approaches for such pre-breeding efforts as the basis for broadening the genetic bases of crop production. Examples from a range of major food crops are presented and issues are analyzed by leading authorities from around the world.

1490.39

Ci sono voluti anni o anche decenni perché innovazioni dirimpenti arrivassero a scalzare prodotti e servizi dominanti. Oggi invece qualsiasi business può essere praticamente devastato in una notte da un concorrente migliore e più economico. Come può un manager proteggere se stesso e sfruttare la potenza della Big Bang Disruption? L'elettronica di consumo lotta da tempo in un mondo di miglioramenti tecnologici che procedono a ritmi esponenziali e di prodotti dal ciclo di vita breve. Ma fino a poco tempo fa alberghi, taxi, medici e fornitori di energia avevano poco da temere dalla rivoluzione digitale. Quei giorni sono finiti per sempre. Prodotti basati sul software stanno sostituendo i beni fisici. E ogni fornitore di servizi deve competere con strumenti cloud-based che offrono ai clienti un modo migliore per interagire. Oggi, start-up con esperienza minima e senza capitali possono smontare la vostra strategia prima ancora che iniziate a capire che cosa sta succedendo. Scordatevi il «dilemma dell'innovatore»: questo è il disastro dell'innovatore. E si sta verificando in quasi tutti i settori. Peggio ancora, i Big Bang disruptor possono anche non vedervi come concorrenti. Non adottano il vostro approccio al servizio clienti e non stanno studiando la vostra linea di prodotti per offrire prezzi migliori. La buona notizia è che qualunque azienda può padroneggiare la strategia delle start-up. Larry Downes e Paul Nunes analizzano le origini, gli aspetti economici e l'anatomia della Big Bang Disruption. Identificano quattro fasi-chiave del nuovo ciclo di vita dell'innovazione, che possono aiutare a individuare per tempo i potenziali disruptor. E offrono dodici regole per difendere i vostri mercati, lanciare voi stessi dei disruptor e abbandonare il campo finché siete ancora in tempo. Fondato su un'ampia ricerca condotta dall'Accenture Institute for High Performance e su interviste in

profondità a imprenditori, investitori e dirigenti di oltre trenta settori, Big Bang Disruption vi doterà delle strategie e delle intuizioni necessarie per crescere in questo nuovo agguerritissimo mondo.

Estes dois volumes reúnem um conjunto de estudos sobre teatro grego e latino (I) e sua recepção (II). Da Antiguidade são considerados, além da análise de diversos textos concretos, aspectos relacionados com a evolução dos géneros trágico e cómico, com os seus agentes e com a função cívica que deles se espera. Os estudos de recepção (II) abrangem colaboradores de um âmbito geográfico alargado e incluem inúmeros estudos de caso, sobretudo no âmbito da literatura e do teatro do mundo latino e ibero-americano. These two volumes collect several studies about Greek and Latin theatre (I) and its reception (II). From Antiquity, beside the analysis of specific texts, are considered aspects related with the evolution of the tragic and comic genres, their agents and their civic function. The reception studies (II) put together collaborators from a large geography and include a big number of case studies, mainly considering literature and theatre from the latin and iberoamerican world.

Ikea ha veicolato nel suo sviluppo ventennale una solida cultura di eccellenza, ha proposto un modello di azienda che ha una coscienza e fa sempre ci che giusto, come ben esprime il motto ?tutto ci che Ikea fa deve essere a prova di indagineÓ. Ikea diventata per certi versi un mito indistruttibile e fortissimo nel mondo dell'economia, fattore indispensabile per acquisire il primato mondiale nel settore dell'arredamento e della distribuzione dell'interior design. La cultura aziendale spesso costruita, soprattutto nelle aziende multinazionali, proprio come se si fabbricasse un mito ? con le parole d'ordine, i valori, le leggende positive, i linguaggi, i personaggi e tutto quanto possa fare da collante ? che va quotidianamente comunicato. Ma come spesso accade, l'immagine mitizzata si pu rovesciare nel suo speculare opposto. L'autore, infatti, propone una narrazione di grande efficacia informativa: aiuta a cogliere i chiaroscuri di una realtà che sempre stata presentata in bianco e nero; a comprendere lo stile di direzione di un imprenditore che ha abilit e intuizioni straordinarie, ma che a volte scivola su atteggiamenti affaristici ed egocentrici; a illuminare una strategia composta di mosse innovative sul prodotto e sulla logistica accanto a operazioni corsare di utilizzo della creatività di altri designer e a criticabili negoziazioni di partnership con i principali fornitori. Senza sconti per nessuno, l'eccellenza di Ikea viene raccontata insieme alle iperboli pi discutibili e fallaci dell'intera organizzazione e del top management: una vera storia di un'azienda, non un'agiografia.

Design and Spirituality examines the philosophical context of our current situation and its implications for design. It explores how modernity and our constricted notions of progress have contributed to today's crisis of values, and argues for a re-establishment and re-affirmation of self-transcending priorities, together with an ethos of moderation and sufficiency. A wide range of topics are covered, including material culture and spiritual teachings; sustainability and the spiritual perspective; traditional and indigenous knowledge; technology and spirituality; notions of meaningful design; and how particular material things can have deeper, symbolic significance. There are also reflections on areas such as the language of design; busyness and its relationship to wisdom; design and social disparity; and traditional sacred practices. While not avoiding issues that are controversial, and sometimes hard-hitting, Design and Spirituality gets to the heart of the key issues affecting us today and presents them in a highly readable and accessible format. The author is a leading thinker in the field and he presents his arguments in a manner that invites the reader to reflect and think about where we are going, why we are going there and what really matters.

Questo libro non parla di semiotica, non esamina le sue basi scientifiche, non ne illustra le teorie né discute degli autori che le hanno formulate. Il suo obiettivo semmai è quello di parlare la semiotica, farne cioè una lingua con cui articolare un discorso sul mondo, su ciò che ci circonda e, dunque, sui fatti umani e sociali che ci toccano. Quando questo accade si passa dalla semiotica alla sociosemiotica. Ed è allora che tecnologie, fotografie, pubblicità, cibo, libri e perfino un artefatto complesso come Ikea si rivelano parte di quell'unico "grande sistema" che è la semiosfera. Ricostruirla, allora, non significa andare a caccia dei significati più o meno oscuri che si celano dietro i più diversi segni, ma cogliere i processi di significazione che fanno sì che i segni possano esistere, facendo di un oggetto un soggetto in grado di comunicare.

INSTANT NEW YORK TIMES BESTSELLER "One of the most important books I've ever read—an indispensable guide to thinking clearly about the world." – Bill Gates "Hans Rosling tells the story of 'the secret silent miracle of human progress' as only he can. But Factfulness does much more than that. It also explains why progress is so often secret and silent and teaches readers how to see it clearly." —Melinda Gates "Factfulness by Hans Rosling, an outstanding international public health expert, is a hopeful book about the potential for human progress when we work off facts rather than our inherent biases." - Former U.S. President Barack Obama Factfulness: The stress-reducing habit of only carrying opinions for which you have strong supporting facts. When asked simple questions about global trends—what percentage of the world's population live in poverty; why the world's population is increasing; how many girls finish school—we systematically get the answers wrong. So wrong that a chimpanzee choosing answers at random will consistently outguess teachers, journalists, Nobel laureates, and investment bankers. In Factfulness, Professor of International Health and global TED phenomenon Hans Rosling, together with his two long-time collaborators, Anna and Ola, offers a radical new explanation of why this happens. They reveal the ten instincts that distort our perspective—from our tendency to divide the world into two camps (usually some version of us and them) to the way we consume media (where fear rules) to how we perceive progress (believing that most things are getting worse). Our problem is that we don't know what we don't know, and even our guesses are informed by unconscious and predictable biases. It turns out that the world, for all its imperfections, is in a much better state than we might think. That doesn't mean there aren't real concerns. But when we worry about everything all the time instead of embracing a worldview based on facts, we can lose our ability to focus on the things that threaten us most. Inspiring and revelatory, filled with lively anecdotes and moving stories, Factfulness is an urgent and essential book that will change the way you see the world and empower you to respond to the crises and opportunities of the future. --- "This book is my last battle in my life-long mission to fight devastating ignorance...Previously I armed myself with huge data sets, eye-opening software, an energetic learning style and a Swedish bayonet for sword-swallowing. It wasn't enough. But I hope this book will be." Hans Rosling, February 2017.

Ikea - II edizione Mito e Realt EGEA spa

A kitchen classic for over 35 years, and hailed by Time magazine as "a minor masterpiece" when it first appeared in 1984, *On Food and Cooking* is the bible which food lovers and professional chefs worldwide turn to for an understanding of where our foods come from, what exactly they're made of, and how cooking transforms them into something new and delicious. For its twentieth anniversary, Harold McGee prepared a new, fully revised and updated edition of *On Food and Cooking*. He has rewritten the text almost completely, expanded it by two-thirds, and commissioned more than 100 new illustrations. As compulsively readable and engaging as ever, the new *On Food and Cooking* provides countless eye-opening insights into food, its preparation, and its enjoyment. *On Food and Cooking* pioneered the translation of technical food science into cook-friendly kitchen science and helped birth the inventive culinary movement known as "molecular gastronomy." Though other books have been written about kitchen science, *On Food and Cooking* remains unmatched in the accuracy, clarity, and thoroughness of its explanations, and the intriguing way in which it blends science with the historical evolution of foods and cooking techniques. Among the major themes addressed throughout the new edition are:

- Traditional and modern methods of food production and their influences on food quality
- The great diversity of methods by which people in different places and times have prepared the same ingredients
- Tips for selecting the best ingredients and preparing them successfully
- The particular substances that give foods their flavors, and that give us pleasure
- Our evolving knowledge of the health benefits and risks of foods

On Food and Cooking is an invaluable and monumental compendium of basic information about ingredients, cooking methods, and the pleasures of eating. It will delight and fascinate anyone who has ever cooked, savored, or wondered about food.

Il tema dell'obesità è stato analizzato sotto diversi profili. Ogni disciplina ha adottato metodi e strumenti specifici che non hanno consentito una piena comprensione del fenomeno e l'individuazione di soluzioni adeguate. Per comprendere pienamente il comportamento delle persone e orientarle verso traiettorie virtuose sul piano individuale e collettivo occorre invece coniugare la conoscenza di diverse discipline. In questa direzione l'economia comportamentale e il neuromarketing – diversamente dall'economia e dal marketing tradizionale, che non si occupano del processo con cui l'individuo arriva alla scelta, ma si limitano ad analizzare le decisioni prese e il loro legame con l'utilità attesa – individuano le ragioni che portano all'assunzione frequente di alimenti ipercalorici in quantità eccessiva. Le imprese sono chiamate a rivedere quelle politiche di prodotto, di prezzo, di formato e di comunicazione che, attraverso l'offerta di cibi ipercalorici ad alto contenuto di servizio, hanno contribuito in maniera rilevante all'epidemia di obesità. Il soggetto pubblico deve invece evitare misure proibizionistiche e la manovra della leva fiscale, puntando per contro sulla possibilità di orientare la libera scelta dei cittadini attraverso strumenti di apprendimento emotivo che facilitino comportamenti automatici e abitudini alimentari più salutari.

[Copyright: adc3c29b27573a599c433fdde98e998f](#)