

retail & food

TRAVEL RETAIL
SHOPPING MALL

Anno 12 • Numero 5 • maggio 2017 • € 5,00

In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi



Mapic Italy on air
Parola di Filippo Rean

And the winner is...
Il Gala Dinner
del Foodservice Award 2017

ISSN 2037-0261

7 00057



9 772037 026001

Dossier aeroporti
Palermo

Brand analysis
Terranova

Shopping mall
Adigeo

**MARCO RIZZOLI,
COUNTRY MANAGER
ITALIA DI INGENICO**

Dal 1 aprile **Marco Rizzoli**, in **Ingenico** da ottobre 2013, ha assunto il ruolo di country manager e si occuperà di coordinare tutte le attività della filiale italiana del Gruppo Ingenico. Nel suo nuovo ruolo, Rizzoli riporterà a Luciano Cavazzana, che mantiene la carica di presidente e amministratore delegato della società, oltre al nuovo incarico internazionale di

SVP EMEA, Banks & Acquirers Business Unit di Ingenico Group.

«Sono sicuro che Rizzoli, coordinando al meglio il team italiano, saprà gestire tutte le opportunità di business

che si presenteranno e definire le strategie più idonee per affrontare un mercato in rapido cambiamento, come quello dei sistemi di pagamento», ha commentato Luciano Cavazzana.



Il primo "Just Play" a firma Alberto Apostoli

È stato inaugurato a Verona, presso il centro commerciale Adigeo, il primo punto vendita di **Just Play**: la nuova catena di negozi di abbigliamento sportivo dedicata ai bambini e ai ragazzi dai 4 ai 14 anni, in collaborazione con **Nike Inc.**. In particolare il nuovo brand convoglia i marchi Nike, Converse, Jordan e Hurley. E lo sviluppo del progetto è stato affidato allo studio veronese di architettura e design "**Studio Apostoli**", che si è occupato inizialmente dell'analisi di fattibilità strategica, operativa ed economica del progetto. Sulla base di tale indagine, il concept nasce dalla riscontrata esigenza dei teenager di trovare un luogo che li caratterizzi a pieno, all'interno del quale poter esprimere la propria voglia di giocare, di emergere e di fare sport. Il negozio colpisce quindi per il carattere forte e deciso e per la netta caratterizzazione delle sue diverse aree. La vista frontale di ingresso si apre su un percorso centrale con focus su un albero multimediale, fulcro del punto vendita. Ai lati, due spazi speculari e complementari spiccano per il loro vitaminico aspetto cromatico. Caratterizzano questi spazi, due totem prismatici colorati di verde e fucsia; oggetti che diventano, nel contempo, totem per la comunicazione interna e camerini per i giovani clienti. Incassati negli stessi e visibili già dall'ingresso, ci sono degli imponenti video-wall composti da ben sedici schermi, che possono agire indipendentemente o comporre un'unica grande immagine. Tutti gli arredi sono stati realizzati su disegno e si distinguono anch'essi per la particolare forma irregolare e per il contrasto dato dall'uso di legno e metallo.



NOVITÀ

Lays
Mediterranee
100% Olio di Oliva
Classiche

Assapora i piccoli piaceri della vita

100% OLIO DI OLIVA