

Stefano Liviadotti

Magistrati**L'ultracasta****Bompiani, Milano 2009,****pp. 274, euro 17,00**

La madre di tutte le caste: così l'Autore definisce la magistratura, descritta come uno stato nello stato, governato da fazioni che si spartiscono le poltrone e dettano l'agenda politica.

Liviadotti illustra tutta la scomoda verità su giudici e pubblici ministeri: i meccanismi di carriera, gli stipendi, i ricchi incarichi extragiudiziari, ecc.

bompiani.rcslibri.corriere.it

Luigi Furini

L'Italia in bolletta**Risparmi in fumo, debiti alle stelle: come si estingue il ceto medio****Garzanti, Milano 2009,****pp. 194, euro 11,00**

Furini guida il lettore in lungo un viaggio-inchiesta tra gli italiani strozzati dai debiti: quelli sfrattati dalle villette di periferia, quelli che perdono il sonno per gli interessi delle carte

revolving, quelli mandati in cassa integrazione o che non hanno visto rinnovare i loro contratti a termine, ecc.

Questa crisi sta toccando tutti e non bastano gli inviti all'ottimismo a rimettere il Paese in carreggiata.

Luigi Furini

Volevo solo lavorare**Garzanti, Milano 2008,****pp. 240, euro 14,00**

Un giornalista scomodo costretto a lavorare nello sgabuzzino delle scope, cuochi e camerieri assunti e licenziati ogni due ore, ex manager che fanno i baristi o i baby sitter: Furini esplora un mondo del lavoro che si rivela spesso tanto crudele e assurdo da diventare ridicolo.

Emerge il ritratto di un'Italia che media e politica sembrano aver dimenticato.

www.garzantilibri.it

La fiere della casa si adattano a un mercato che cambia

The Home Trade Fairs Adapt to a Changing Market

di/by Giovanni Paparo

Per svolgere al meglio la loro funzione di vetrina e fonte d'ispirazione per i partecipanti, le fiere professionali devono in continuazione adattarsi all'evoluzione dei mercati e del mondo produttivo. Il discorso vale soprattutto per le manifestazioni leader, se vogliono mantenere e consolidare il loro primato, e quindi vale per Ambiente Frankfurt, come per Macef, per Intergift, Maison&Objet, Spring Fair.

Ambiente, ad esempio, (p. 16) rinnova il suo layout e continua a mantenere la leadership di fiera leader mondiale per il mondo dei beni di consumo, con circa 4500 espositori e 150.000 visitatori. In Francia Maison&Objet (p. 17) lancia una nuova area dedicata agli accessori per la casa, assestandosi sui 3000 espositori. Nel Regno Unito tiene bene la Spring Fair di Birmingham, con 4000 espositori e 70.000 visitatori (p. 43), mentre in Spagna un migliaio di aziende si danno appuntamento per la Settimana del regalo, della gioielleria e della bigiotteria, che si presenta col nuovo marchio Giftrends Madrid (p. 18).

Macef (p. 12) la prima fiera del settore in Italia, punta sul riconoscimento e sulla promozione della qualità, facendo perno sulle eccellenze del made in Italy. E si trova a fronteggiare un mercato in gran fermento, dove non solo si confermano manifestazioni consolidate, come Sabopiù di Arezzo (p. 27), Vebo/Casa in fiera di Napoli (p. 25), Gift fair di Catania (p. 28), ma si affacciano anche nuove iniziative, come Ambiente Italia (p. 20), con cui Messe Frankfurt esporta nella nostra penisola il modello tedesco, o il Sigift di Rimini (p. 29).



To fulfil at best their function as showcases and source of inspiration to the participants, trade fairs must continually adapt to the changes in markets and in the production world. This particularly applies to the leading events, if they want to maintain and consolidate their position, and so it applies to

Ambiente Frankfurt, Macef, Intergift, Maison & Objet, Spring Fair.

Ambiente, for example (see p. 16), renews its layout and maintains its leadership as the world's leading trade fair of consumer goods, with about 4,500 exhibitors and 150,000 visitors. Maison & Objet in France (p. 17) launches a new area dedicated to home accessories, holdings its 3000 exhibitors. In the United Kingdom the Spring Fair in Birmingham keeps going, with 4000 exhibitors and 70,000 visitors (p. 43), while in Spain a thousand companies meets at the International gift, jewellery and fashion jewellery week, which presents itself under the new logo Giftrends Madrid (p. 19).

Macef (p. 12), the first fair of the sector in Italy, aims at the recognition and promotion of quality, putting focus on the excellence of Made in Italy. It faces a market in great turmoil, made not only of well established events, such as Sabopiù in Arezzo (p. 27), Vebo/Casa in fiera in Naples (p. 25), Gift Fair in Catania (p. 28), but also of new initiatives, such as Ambiente Italia (p. 20), through which Messe Frankfurt exports in our country the German pattern, or Sigift in Rimini (p. 29).