

Giorgio Bocca

Pandemonio

Il miraggio della new economy

Mondadori, Milano 2000
pp. 150, L. 27.000

“La new economy è forse il più grande miraggio che sia mai stato proiettato sul pianeta:



un mercato inesistente per bisogni inesistenti.”

Globalità, flessibilità e rete sono i temi ricorrenti della nuova economia che, con i suoi raffinati congegni, offre all'uomo un'informazione totale e in real time ma, allo stesso tempo, ne ignora le esigenze, a favore del profitto. La promessa è che staremo tutti meglio, ma Bocca si interroga sul come sarà possibile in un contesto di notizie false o incomprensibili provenienti dall'Internet.

Thomas L. Friedman

Le radici del futuro

La sfida tra la Lexus e l'ulivo; che cos'è la globalizzazione e quanto conta la tradizione

Mondadori, Milano 2000
pp. 294, L. 36.000

Giunto alla seconda edizione, la prima è del 1999, la tesi di questo studio non è cambiata:



“La globalizzazione non è semplicemente una tendenza o una moda, ma è il sistema internazionale che ha sostituito la guerra fredda e, come quest'ultima, ha regole proprie e una propria logica che influenzano direttamente o indirettamente la politica, l'ambiente, la geopolitica e l'economia di ogni paese del mondo.”

L'autore ha rielaborato alcune parti (curiosa la teoria McDonald's sulla prevenzione dei conflitti) e ha aggiunto eventi e fatti per facilitare la comprensione delle teorie esposte.

Firenze giova alla Fibò

La Fiera specializzata della bomboniera e della cerimonia torna dal 26 al 29 ottobre alla Fortezza da Basso, dopo il fortunato battesimo non privo di polemiche



Dopo il successo della prima edizione di Fibò, alla Fortezza da Basso di Firenze, pare si stiano diradando le nubi giudiziarie che si erano addensate sulla neonata Fiera specializzata della bomboniera e della cerimonia, ad iniziativa della Fiera di Viterbo, allarmata per la concorrenza esercitata nei confronti di Sabo, il Salone viterbese della bomboniera e del regalo che da quasi vent'anni riunisce gli operatori del comparto.

Giovanni Mirulla, che per tanto tempo ha gestito il Sabo, difende la sua nuova iniziativa con la migliore posizione geografica di Firenze e con gli ingiustificati ritardi nell'ammodernamento del quartiere fieristico viterbese.

Polemiche a parte, la seconda edizione di Fibò è confermata alla Fortezza da Basso di Firenze dal 26 al 29 ottobre, e negli stessi giorni si svolgerà il Sabo.

Ma vediamo ora due problemi interessanti, affrontati nella prima edizione di Fibò: la tutela del confetto italiano e il rapporto degli italiani con le bomboniere così come delineato dall'indagine demoscopica di Astra-Demoskopea.

La tutela del confetto italiano

Si è costituito il Consorzio per la tutela e il miglioramento della filiera mandorla di Avola e si sta avviando la pratica di riconoscimento di indicazione geografica protetta Igp, ma si pensa anche alla

Dop per il confetto italiano, ossia al marchio europeo di tipicità per il confetto con la mandorla di Avola. I dubbi, però, non mancano. Le industrie serie che hanno sempre puntato su una produzione di qualità, sicuramente più costosa, temono, sotto la copertura del marchio europeo e in assenza di controlli severi, una concorrenza sleale da parte di ditte meno serie, per esempio sull'effettivo uso delle pregiate mandorle Avola.

Gli Italiani e le bomboniere

La ricerca demoscopica della Astra-Demoskopea, effettuata nel giugno 2000 con 1000 interviste a un campione rappresentativo della popolazione italiana tra i 14 e i 79 anni, ha messo in luce un rapporto d'amore tra gli Italiani e le bomboniere: l'87,4% di essi possiede una o più bomboniere, e 4 adulti su 5 hanno ricevuto bomboniere negli ultimi tre anni, sempre nello stesso lasso di tempo, un adulto su 4 è stato coinvolto nell'acquisto o scelta di una bomboniera.

In quali occasioni si riceve o si regala una bomboniera? Sicuramente le nozze (91%), poi le prime comunioni e le cresime (75%), i battesimi (71%), la maturità e la laurea (25%), occasioni speciali personali (7%), occasioni speciali ed anniversari non personali, come quelli di certe aziende e organizzazioni (3%). Che significa regalare una bomboniera? Per il 65% degli italiani coinvolti è un'antica, bella



tradizione, per il 61% è un segno di cortesia e di gratitudine, per il 44% è un segno di buon gusto. Per il 61% le bomboniere sono il ricordo dei giorni più belli ed importanti della vita, mentre il 46% ammette di essere affezionato a certe bomboniere ricevute o regalate.

I giovani le preferiscono originali, divertenti, piccole, personalizzate, artistiche, firmate, dal design innovativo o prestigioso, fatte in materiali non tradizionali.

Storia antica del confetto

Già i Romani in occasione di nascite e matrimoni usavano i confetti, che erano conosciuti anche nel Medio Evo: troviamo una testimonianza in una novella del Boccaccio. Ma è nel secolo XV, a Sulmona, che inizia la moderna lavorazione del confetto, come sostiene Antonio Pelino, titolare col fratello Alfonso della famosa Confetti Pelino: fondata nel 1783 e dichiarata, con l'annesso Museo dell'Arte e della Tecnologia confettiera, monumento nazionale dal Ministero dei Beni culturali e ambientali, esporta in varie parti del mondo (<http://www.pelino.it>).

Sempre a Sulmona si sviluppa la presentazione artistica del confetto, grazie alle monache del locale Monastero di Santa Chiara che legavano i confetti con fili di seta in grappoli, fiori, spighe, rosari e cestini. Da allora il confetto è arrivato sino a noi, presente non solo alle feste di battesimo e matrimonio, ma anche in contesti fortemente innovativi, come ad esempio ricorrenze aziendali e regali promozionali. Nel frattempo il confetto si è diversificato sostituendo alla mandorla un nucleo di cioccolato o altre golosità, ma la scelta più raffinata rimane sempre il confetto tradizionale, senza amido e farine, con la mandorla di Avola, più costosa ma insuperabile come gusto.