

Emma Rothschild  
**Sentimenti economici**  
**Adam Smith, Condorcet**  
**e l'illuminismo**

il Mulino, Bologna 2003  
pp. 408 euro 28,00

La Rothschild analizza la storia economica del breve periodo dal 1770 al 1820.

La nascita del liberismo è studiata attraverso la rilettura delle opere di Smith, Condorcet e degli illuministi e collocata nell'ambito delle teorie politiche, filosofiche e religiose dell'epoca. Un periodo di moralità e di capacità immaginativa che secondo l'autrice gioverebbe riscoprire.

a cura di Salvatore Rossi

**La nuova economia**  
**I fatti dietro il mito**

il Mulino, Bologna 2003  
pp. 312 euro 19,50

Basato su una ricerca condotta per la Banca d'Italia, il libro, attraverso vari saggi, cerca di restituire una dimensione obiettiva alla *New economy*.

Al di là delle semplificazioni e dei luoghi comuni, dietro l'etichetta *New economy* si celano fenomeni concreti.

Luigi Alberto Franzoni

**Introduzione**  
**all'economia del diritto**

il Mulino, Bologna 2003  
pp. 240 euro 15,00

Il diritto è strettamente legato all'economia, e sulla base di questa consapevolezza si comincia a integrare analisi economica e analisi giuridica.

Il volume si presenta come una introduzione all'analisi economica del diritto.



## Fiere e congressi

Casa, Regalo, Arte, Antiquariato



## Spring Fair Birmingham, la casa delle tendenze

### Spring Fair Birmingham, home of the trends

La Spring Fair di Birmingham 2005 (Nec, 6-10 febbraio) offrirà uno sguardo vario e approfondito sull'innovazione dei prodotti.

La fiera, una delle principali esposizioni specializzate al mondo, ospiterà oltre 4000 espositori mostrando il lancio di centinaia di nuovi prodotti in 12 settori merceologici.

La sezione *Discover* torna per la seconda volta: un grande spazio, col suo concentrato di nuovi prodotti da regalo e nuovi espositori, dove i compratori potranno iniziare la visita.

*Gifts*, la parte maggiore della fiera, fornirà un'ottima scelta su regalistica, accessori decorativi e candele, bigiotteria, oggetti da collezione, valigie e borse, souvenir, confetteria, vestiti. Novità 2005: il rilancio e la ristrutturazione di due sezioni. La rinnova-

ta *Garden Living* darà conto della scelta più completa sui prodotti "stile da giardino".

D'altra parte, la ridefinita area *Design* metterà a fuoco l'offerta su regalistica di alta qualità, ceramica e vetreria artistica, e darà più spazio a casalinghi e oggetti da interno contemporanei.

Anche la sezione dedicata ai giocattoli si presenterà più ampia che in passato.

*Spring Fair Birmingham 2005* (Nec Birmingham, UK, from 6-10 February) will offer a various and depth insight of new product innovation.

The fair, one of the leading trade exhibitions in the world, will house over 4,000 exhibitors, showing thousands of new product launches, across 12 key retail sectors.

Discover area is back for the second time and will be a great

place for buyers to start their visit, with its concentration of new gift product and new exhibitors. Gifts is the biggest part of the show and will provide excellent product coverage across general giftware, decorative accessories and candles, fashion/gift jewellery, collectibles, luggage and bags, souvenirs, confectionery, clothing.

Breaking news for 2005 is the re-launch and re-branding of two of the fair's sectors. The re-launched Garden Living sector will provide the definitive product choice in 'garden lifestyle'.

Meanwhile, the re-branded Design sector will offer a focus on high quality giftware, art ceramics and glass and the growth area of contemporary homewares and interiors.

The Toys sector, too, will get a greater space than in the past.

## Tendence Lifestyle: un nuovo concetto di fiera

Tendence Lifestyle 2004, tenutasi in agosto, ha superato ogni aspettativa: 3706 espositori da 88 paesi e 96.000 visitatori da 103 paesi sono un risultato che pone la fiera di Francoforte al primo posto tra le manifestazioni di settore per l'autunno/inverno.

Merito anche del nuovo assetto del salone, che dal 2003 è radicalmente mutato per orientarsi verso le nuove abitudini d'acquisto dei consumatori moderni. Conseguentemente, la gamma dei prodotti presentata a Tendence Lifestyle è organizzata per tendenze interdisciplinari e secondo gli stili di vita. In questo modo, la fiera è diventata una piattaforma ideale delle tendenze e delle ultime novità.

Questo è ciò che i visitatori si aspettano dalla fiera: il 60% di essi a Tendence Lifestyle vuole

soprattutto vedere nuovi prodotti. Il 90% dei visitatori ha apprezzato la validità di questa nuova organizzazione per percorsi, che aiuta il compratore a individuare meglio le realtà che lo interessano. Tra i visitatori esteri, italiani e francesi rappresentano la maggioranza.

L'88% dei visitatori si è dichiarato soddisfatto, o molto

soddisfatto, della partecipazione. "Tendence Lifestyle ha fatto un altro passo avanti" dichiara Michael Peters, del Cda di Messe Frankfurt. "Lo stesso numero di aziende, con un po' meno di impiegati presenti, ha ricevuto in fiera più ordini dell'anno scorso. Ciò mostra che il settore sta riacquistando terreno e che Tendence Lifestyle è la fiera giusta per ripartire con successo nella seconda parte dell'anno."

L'edizione 2005 si terrà a Francoforte dal 26 al 30 agosto.

