

**Marco Biagi, Michele Tiraboschi**  
**Istituzioni di diritto del lavoro**

Quarta edizione  
 aggiornata a settembre 2007

Giuffrè, Milano 2007, pp. 748, euro 40,00

Questo manuale è la continuazione e l'aggiornamento di uno dei progetti più cari a Marco Biagi, la cui prima edizione uscì poco prima dell'uccisione del noto giuslavorista da parte delle Brigate Rosse nel 2002.

Il volume mantiene la struttura voluta da Biagi, quella di un manuale organizzato su diversi livelli di approfondimento, alcuni dei quali fruibili attraverso l'internet ([www.fmb.unimore.it](http://www.fmb.unimore.it)). Ogni capitolo è concluso da un Syllabus, che raccoglie i principali concetti sviuppati e altri approfondimenti.



**Carlo Cester, Maria Giovanna Mattarolo**  
**Diligenza e obbedienza del prestatore di lavoro**

Giuffrè, Milano 2007, pp. 630, euro 55,00

Il testo fa parte della collana diretta da Francesco Busnelli *Il Codice Civile - Commentario*, ed è dedicato all'analisi dell'articolo 2104: "Il prestatore di lavoro deve usare la diligenza richiesta dalla natura della prestazione dovuta, dall'interesse dell'impresa e da quello superiore della produzione nazionale. Deve inoltre osservare le disposizioni per l'esecuzione e per la disciplina del lavoro impartite dall'imprenditore e dai collaboratori di questo dai quali gerarchicamente dipende".

È diviso in due sezioni, ciascuna dedicata a uno dei due commi.



**Riccardo Del Punta**  
**Lezioni di diritto del lavoro**

Giuffrè, Milano 2007,  
 pp. XV-516, euro 32,00

Professore ordinario di diritto del lavoro all'Università di Firenze, Del Punta copre, in questo manuale, tutte le materie classiche del diritto del lavoro in senso stretto e del diritto sindacale. Il testo è adatto a corsi universitari di tipo istituzionale del vecchio e del nuovo ordinamento.

Le lezioni, utili anche per il pubblico più vasto, si caratterizzano per uno stile chiaro e lineare, per l'originalità di un'introduzione di taglio metodologico, un capitolo sull'evoluzione storica del diritto del lavoro e un capitolo sui rapporti tra diritto del lavoro e scienze sociali, ove si cerca di fornire allo studente un quadro ampio di riferimenti culturali.

[www.giuffre.it](http://www.giuffre.it)



## INSERTO

# Casa, Mobile-Arredo, Regalo, Gioielli, Artigianato, Arte, Antiquariato, ...

**Da Ambiente di Francoforte alla Spring fair di Birmingham: alle fiere per guardare all'evoluzione dei mercati**

**From Ambiente Frankfurt to Spring Fair Birmingham: observing markets in evolution at trade fairs**

di/by Giovanni Paparo

Vetrine di realtà produttive, distributive e di consumi in profonda evoluzione, le fiere di cui diamo un'ampia panoramica nelle pagine che seguono sono esse stesse partecipi dei cambiamenti in atto, ai quali reagiscono con impegno, fantasia, innovazione, proprio come fanno le imprese che vi espongono.

Si pensi ad esempio al Macef (vedi articolo a p. 24) e alle fiere orafe di Vicenza, per citare solo alcuni leader italiani, e all'impegno profuso nel fronteggiare i cambiamenti e riproporsi come riferimenti d'avanguardia.

A maggior ragione il discorso vale per il campione mondiale Ambiente, che si è chiusa a Francoforte con la soddisfazione di quasi tutti i partecipanti: gli espositori, 4590 di cui il 69% dall'estero, e i visitatori, oltre 150.000, di cui il 46% dall'estero, una percentuale mai vista prima. Come ha detto Michael Peters, del Board of Management di Messe Frankfurt GmbH, Ambiente ha offerto delle buone ragioni per trarre una visione ottimistica sui prossimi mesi.

E le imprese, com'è noto, alle fiere vanno non solo per presentare i loro prodotti e servizi, ma anche per capire le tendenze del mercato, in quanto la conoscenza tempestiva di quello che succede consente agli operatori attrezzati di prepararsi per tempo in modo da essere protagonisti dei cambiamenti.

È anche per questo motivo che le fiere richiamano l'attenzione degli amministratori pubblici più avveduti, che da esse possono trarre tanti motivi d'ispirazione e di confronto. Non solo quindi passerelle per mettersi in mostra durante le inaugurazioni, ma sedi di dialogo con le categorie e i singoli imprenditori nelle numerose occasioni di approfondimento che offrono attraverso seminari, convegni, conferenze.

In queste pagine parliamo anche della Spring Fair di Birmingham (p. 18), della *Semana internacional del regalo* di Madrid (p. 21), e ancora di Artigiano in fiera (p. 30), di Baselworld (p. 32), fino alle fiere antiquarie di Parma (p. 37), ... Da tutte queste manifestazioni traiamo un segnale comune: l'importanza dell'innovazione e dell'internazionalizzazione.

*The trade fairs that we give a broad overview of in the following pages – windows into ever-evolving productive, distributive and consumer realities – are themselves participants in the changes in progress, changes the fairs respond to with commitment, imagination and innovation, just like the companies that exhibit at them...*

*One thinks of the example set by Macef (see article on p. 24) and Vicenza's gold-jewelry fairs, to name just a couple of Italian leaders, and the concerted efforts they have made to face change, in order to maintain their position as points of reference for the avant-garde.*

*This is all the more true for world champion Ambiente, which wrapped up in Frankfurt to the satisfaction of practically everyone: the 4590 exhibitors, 69% of whom came from abroad, and the over 150,000 visitors, 46% from abroad, a percentage never before seen. As Michael Peters from the Messe Frankfurt GmbH Board of Management noted, Ambiente has provided us with good reasons to be optimistic about the upcoming months.*

*As it is well known, companies do not come to trade fairs only to present their products and services but also to find out about what's going on in the market, timely knowledge being key for those who wish to be at the forefront of change.*

*It is also for this reason that trade fairs call the attention of the sharpest of public administrators, who find in them both inspiration and bases for comparison. Not just catwalks for putting one's self on display at opening events, trade fairs are also places for dialogue with different classes of entrepreneurs, in groups or individually, in the numerous settings offered through seminars, congresses and conferences.*

*In the following pages, we will also be taking a look at the Spring Fair Birmingham (p. 18), Madrid's *Semana internacional del regalo* (p. 21), Artigiano in fiera (p. 30), Baselworld (p. 32), and finally, the Parma antiques fairs (p. 37)... The lesson in common to be drawn from all of the aforementioned: the importance of innovation and internationalization.*