

Eloisa e Abelardo
Lettere
SE, Milano 2007
pp. 248, euro 22,00

La nota e tormentata vicenda d'amore di Abelardo ed Eloisa rivive in una nuova edizione delle *Lettere*, a cura di Nada Cappelletti Truci.



La curatrice ha raccolto le sette lettere tradizionalmente attribuite a Eloisa e Abelardo, cui seguono numerose altre lettere di autori vari, che contengono preziose testimonianze.

Johann Joachim Winckelmann
Il bello nell'arte
Scritti sull'arte antica
SE, Milano 2008
pp. 208, euro 21,50

Sono raccolti in questo volume numerosi scritti dell'archeologo e storico dell'arte tedesco, noto soprattutto per la sua *Storia dell'arte nell'antichità*.



La raccolta è arricchita da uno studio di David Irvin, che ripercorre lo sviluppo della particolare interpretazione dell'arte classica che ha caratterizzato il pensiero di Winckelmann.

György Lukács
L'anima e le forme
SE, Milano 2002
pp. 280, euro 23,00

Nei 10 saggi raccolti nel volume, Lukács prende spunto da altrettanti autori, tra cui Kierkegaard, Storm, George, ecc., per analizzare quelle "forme" che manifestano il rapporto tra anima umana e assoluto.



Come nota Fortini nello scritto in appendice, Lukács anticipa in quest'opera il pensiero di Heidegger e l'esistenzialismo.



► contrappeso in una strategia nazionale: oggi invece siamo imbrigliati in un'interpretazione troppo radicale del Titolo V della Costituzione, nel quale invece si riconosce allo Stato la tutela della concorrenza e del mercato.

Durante il Forum si è parlato anche del sistema fieristico come di una industria di rete: a quali condizioni il sistema italiano rimane competitivo?

La filiera fieristica opera in modo simile ad un distretto produttivo: specializzazione per fasi, eccellenza produttiva, flessibilità e personalizzazione del servizio. Si tratta però di un equilibrio fragile che si può mantenere solo se non vi sono categorie che sovrastano sul mercato gli altri. L'operatore economico che ha una posizione dominante può

condizionare in modo significativo gli altri abusando della preminenza e quindi l'equilibrio si infrange.

Oggi le istituzioni locali, che spesso hanno il controllo dei

Le istituzioni locali, che spesso hanno il controllo dei quartieri fieristici, scrivono le regole del mercato

quartieri fieristici, scrivono le regole del mercato: gli arbitri fanno anche i giocatori.

Anche i quartieri, integrando l'offerta di servizi, finiscono per trovare una posizione dominante?

Quando un quartiere o un organizzatore impone un determinato fornitore (allestitore, catering, fotografo, ecc.) o quando subordina l'affitto dello spazio all'acquisto di altri servizi ad esso non direttamente connessi, (congressuali, internet, di facchinaggio ecc.), finisce per distorcere due mercati: quello dell'affitto degli spazi e quello dei servizi.

Una cosa è fornire servizi su una rete infrastrutturale (gli spazi fieristici) in cui operano anche altri fornitori, altro è conquistare il monopolio di quella rete. Legittimo è infatti gestire una società che fornisce allestimenti, ma questa deve operare a pari condizioni degli altri fornitori; lo stesso dicasi per l'organizzazione di manifestazioni. Oggi sappiamo che il 67% dei m² delle manife-

Specificità delle fiere e decentramento regionale: crisi e opportunità

di **Agostino Poletto**, direttore marketing Pitti Immagine

Le fiere della moda sono un riferimento importante per discutere dei problemi dell'attività fieristica. Nella moda si sperimentano infatti le condizioni più nuove di produzione, comunicazione, distribuzione, commercializzazione e consumo di merci globali, ad alta componente immateriale e ad alto tasso di innovazione.

L'esperienza di Pitti Immagine può dunque fornire indicazioni interessanti. Quattro i punti, fortemente intrecciati tra loro, che mi sembra importante sottolineare.

a) Il ruolo attivo e propositivo della fiera. Fiere come Pitti Immagine sono un importante snodo del sistema industriale della moda. L'innovazione continua propria della logica della moda (ma non solo) disegna un ambiente ad alto rischio imprenditoriale: rischi di previsione, progettazione, industrializzazione, comunicazione, commercializzazione...

Scouting internazionale, selezione dei marchi, segmentazione dell'offerta, design degli ambienti, promozioni sui mercati più interessanti, comunicazione e cultura contribui-



Agostino Poletto

scono a contenere questi rischi, a orientare nella frammentazione di tendenze e stili.

b) L'ottica trasversale della fiera. La moda ha inventato il concetto di "stile di vita": le scelte di abbigliamento costruiscono percorsi personali di stile che si integrano e si completa-