

Redazioni Garzanti
Enciclopedia della Letteratura
 Garzanti, Milano 2007
 pp. 1720, euro 38,00

Con l'aggiunta di circa 600 lemmi e due nuove appendici, ecco la nuova edizione della *Garzantina* della letteratura, apparsa in prima edizione nel 1972. Tra i principali temi delle nuove voci, ricordiamo le letterature non occidentali e i nuovi generi letterari (*graphic novel*, *new journalism*, teatro di narrazione, *slam poetry*, ...).

Quanto alle due appendici introdotte in questa edizione, *Oltre il libro* è dedicata a fiere, saloni, festival e manifestazioni che hanno per protagonista il libro, mentre *Dall'autore al lettore. I mestieri del libro*, illustra le tappe attraverso cui, dal "cassetto" dell'autore, un manoscritto raggiunge il suo destinatario.

Darrin McMahon
Storia della felicità
 Dall'antichità a oggi
 Garzanti, Milano 2007
 pp. 600, euro 26,00

McMahon percorre la storia dell'idea di felicità a partire dall'epoca classica fino ad oggi, sottolineando la rivoluzione che si è prodotta nel Settecento, da quando la felicità comincia ad essere considerata come un obbligo, un diritto di natura, e non una delle tante possibilità dell'esistenza.

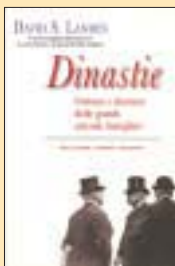
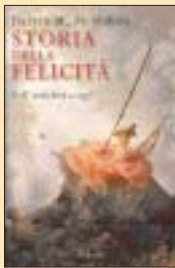
Toccano discipline quali la genetica e la psicologia, l'Autore suggerisce che la forsennata ricerca della felicità oggi così diffusa può rivelarsi in fondo fonte di nuove infelicità.

David S. Landes
Dinastie
 Fortune e sfortune
 delle grandi aziende famigliari
 Garzanti, Milano 2007
 pp. 430, euro 28,00

Perché alcune aziende prosperano da secoli, mentre altre splendono solo per una generazione? Landes, uno dei massimi storici dell'economia, risponde a questa domanda, raccontando origini, trionfi, difficoltà di alcune celebri dinastie imprenditoriali.

L'analisi spazia dagli USA all'Europa, concentrandosi su tre settori assai diversi: la finanza (Baring, Rothschild, ...), l'auto (Ford, Peugeot, Agnelli, ...) e le materie prime (Guggenheim, Rockefeller, ...).

www.garzantilibri.it



INSERTO

Casa, Mobile-Arredo, Regalo, Gioielli, Artigianato, ...

Macef e Co. alla prova la creatività delle fiere Macef & Co. Trade Fair Creativity to the Test

di/by Lorenzo Villa

L'8 settembre scorso si è chiuso a Milano l'85° Macef, con 75.400 visitatori e 1873 aziende espositrici. Gli organizzatori rilevano una discreta crescita dei partecipanti esteri, con un +10% tra i visitatori e un +5% tra gli espositori, rispettivamente il 10% e il 27% del totale. Cifre che sembrano premiare i tentativi di internazionalizzare la manifestazione, ma che vanno anche letti in un quadro più generale non così roseo, dato che negli ultimi due anni il Macef ha visto una riduzione del 16% del numero di espositori, per non parlare dei visitatori.

"Esiste una crisi di settore legata al calo di alcuni consumi tipici del mondo domestico, e il Macef ne ha risentito" ammette Sandro Bicocchi, ad di Fiera Milano International, organizzatore del salone. "Ma il vero problema è che abbiamo conosciuto una crisi di identità. L'imperativo era vendere più aree a ogni costo per competere con le grandi rassegne internazionali." Per questo, il 2008 ha visto l'introduzione di nuove strategie, dal miglioramento del layout espositivo, alla ricerca di sinergie con mondi come l'artigianato, e all'aumento della promozione internazionale.

Questa risposta del Macef alla crisi non è un fenomeno isolato. Come in altre occasioni, le fiere mostrano una vitalità, uno spirito d'iniziativa che sfida le difficoltà e i cambiamenti del mercato. Come spiegare altrimenti il fatto che solo in Italia siano nate nel giro di un anno ben tre nuove manifestazioni legate a un settore così provato, come quello della casa? Pensiamo alla riminese Cam Preview, nata a giugno 2008, o alle due iniziative della capitale Ambiente Roma (26-29/9/08) e Ambiente Italia, in programma per il giugno prossimo.

L'esito di queste nuove imprese sarà il mercato a deciderlo. Abbiamo fiducia che la concorrenza faccia bene a un settore che trova nel continuo adeguamento alle richieste del mercato uno dei suoi elementi di forza.

The 85th Macef came to a close this past September 8th in Milan, having hosted 75,400 visitors and 1873 exhibiting companies. The organizers reported moderate growth in the number of foreign participants, with a 10% increase in foreign visitors and 5% in foreign exhibitors, constituting 10% and 27% of the total, respectively. These figures seem to confirm the success of attempts to internationalize the event, though this must be considered in the light of a less-rosy overall trend: over the last two years, the number of exhibitors, not to mention visitors, has fallen by 16%.

"The sector is in crisis due to a drop in the consumption of domestic items, and Macef has suffered from that," admits Sandro Bicocchi, Managing Director of Fiera Milano International, organizer of the event. "But the real problem is that we have been going through an identity crisis. The imperative used to be to sell more areas at any cost in order to compete with the large international shows." So, new strategies were introduced in 2008, from improvement in exhibition layout to new link-ups with markets such as handicrafts, and an increase in international promotion.

Macef's response to the crisis is not an isolated phenomenon. In times past, trade fairs have exhibited a vitality and spirit of initiative that have enabled them to overcome difficulties and changes in the market. How else to explain the fact that in Italy in one year alone, three new events have been born in a not so healthy sector, such as the home? Let's mention Cam Preview in Rimini, founded in June of 2008, or the two nation's capital initiatives: Ambiente Roma (September 26th-29th, 2008) and Ambiente Italia, planned for the following June.

The success of these new enterprises will be up to the market to decide. We trust that competition will handsomely reward a sector that finds its strength in constantly adjusting to market demands.