

**Carl Schmitt****Posizioni e concetti****In lotta con Weimar-Ginevra-Versailles. 1923-1939****Giuffrè, Milano 2007****pp. XXXI-576, euro 58,00**

Il volume raccoglie gli articoli scritti da Carl Schmitt dal '23 al '39 definiti dall'Autore



come "concetti" per la comprensione dell'epoca e "posizioni" che egli assunse per essere partecipe della vita politica del suo Paese.

Si tratta della prima traduzione integrale in lingua italiana dell'opera, a cura di Antonio Caracciolo.

**Marco Brigaglia****La teoria del diritto di Costantino Mortati****Giuffrè, Milano 2006****pp. XII-284, euro 29,00**

La ricerca di Brigaglia analizza l'articolata teoria del diritto di uno dei più autorevoli giuristi italiani del Novecento.



È riportato alla luce il complesso discorso di Mortati riguardante la formazione, la consolidazione, l'articolazione e la dinamica interna di quella "volontà di forma politica" che, a suo dire, è il motore necessario di ogni costituzione.

**Maria Gigliola di Renzo Villata, a cura di****L'arte del difendere****Allegazioni avvocati e storie di vita a Milano tra Sette e Ottocento****Giuffrè, Milano 2006****pp. 858, euro 82,00**

Gli studi inclusi nel volume analizzano la variegata letteratura delle *Allegations*



relative all'attività forense milanese tra il XVIII e il XIX secolo.

Ne emerge un ricco quadro dell'arte del difendere di numerosi protagonisti della vita giuridica dell'epoca.

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

**MILANO. I NUOVI OBIETTIVI DELLA FIERA**

# Fiera Milano: da grande vetrina a piattaforma di relazioni d'affari

di Antonio Brunello



**F**iera Milano evolve: da puro venditore di spazi a gruppo multiservizi generatore di business per le aziende, con un occhio di riguardo per la comunicazione d'impresa. Il business passa infatti attraverso una comunicazione efficace e le fiere professionali, che già sono punto di riferimento per gli operatori dei vari settori economici, si trovano nella posizione ideale per fare il salto qualitativo da "vetrina" a "mezzo" a disposizione delle aziende per farsi conoscere, comunicare strategie e obiettivi, rafforzare il marketing, raggiungere potenziali partner e soci. Divenire insomma, come ama dire l'amministratore delegato di Fiera Milano, **Claudio Artusi**, "piattaforme d'affari" operative tutto l'anno, e non confinate ai pochi giorni di manifestazione.

È proprio questo il fronte più interessante e originale del grande sforzo di rilancio che sta portando avanti Artusi. L'ultima idea, ancora in fase di valutazione, è quella di una tv interattiva, in cui potranno trovare spazio tutti gli espositori. Per realizzarla, Fiera Milano si sta guardando intorno, per una partnership con una piattaforma digitale.

**Le acquisizioni nel campo dell'editoria tecnica**

Già da tempo, inoltre, Fiera Milano ha avviato un progetto di crescita della sua attività di editore di stampa tecnica, a supporto delle mostre, facendone un punto essenziale del piano industriale 2007-2011. In quest'ambito è stata attuata una serie di acquisizioni di testate specializzate presenti in aree produttive che il centro espositivo milanese presidia con importanti mostre. Ultima in ordine di tempo è stata l'acquisizione di MMH - Media Management Holding, editrice specializzata in annuari e riviste

per il real estate. MMH rappresenterà un plusvalore per le rassegne milanesi che hanno l'immobiliare e le costruzioni nel loro core business, come EIRE - Expo Italia Real Estate e MADE Expo. In precedenza erano entrate nell'orbita del gruppo Fiera Milano Edizioni Specializzate, che opera nel campo dell'alimentare e della distribuzione, e ancor prima le testate di meccanica, elettronica ed automazione cedute da Vnu Business Publications.

Altre iniziative potranno seguire. Non a caso è stata recentemente approvata una riformulazione dell'oggetto sociale di Fiera Milano Spa, che rende esplicita per statuto la possibilità di svolgere direttamente attività che oggi avvengono attraverso le società controllate, e in particolare la gestione diretta di manifestazioni fieristiche e testate editoriali (esclusi i quotidiani), nonché la creazione e l'affitto di domini e/o siti internet, canali televisivi satellitari e via cavo.

Un altro contesto in cui si può esprimere il potenziale relazionale di un grande centro fieristico è quello della convenienza, da tempo una delle attività più remunerative della Fiera, che è oggi uno dei maggiori operatori congressuali in



*Claudio Artusi*