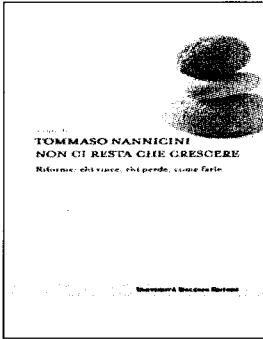


Strumenti di lavoro



Autori - a cura di Tommaso Nannicini

Titolo - **NON CI RESTA CHE CRESCERE** - *Riforme: chi vince, chi perde, come farle*

Casa editrice - Università Bocconi Editore, 2011, pagg. 200

Prezzo - Euro 16

Argomento - Questo libro ha il fortuito vantaggio di essere pubblicato in un momento di attualità politica, che corrisponde

magicamente agli auspici di cambiamento di scenario formulati dal curatore della pubblicazione e alle proposte di riforme contenute nei contributi dei vari autori. È quasi un documento premonitore del mutato quadro politico e della proposizione di progetti di rilancio del nostro paese. È come se idealmente Nannicini, curatore del volume, avesse organizzato un convivio, al quale partecipano 22 autorevoli personaggi (docenti universitari, politici e giornalisti), ciascuno dei quali sviluppa un'ipotesi di riforma. Tutto questo si trasforma in 17 saggi, corrispondenti ad altrettanti capitoli del libro, che rispondono a quattro domande poste: quali riforme da fare subito, quali quelle che richiedono tempo, chi uscirebbe sconfitto dalle ipotetiche riforme, chi al contrario se ne avvantaggerebbe. Nel capitolo introduttivo vengono spiegate le motivazioni di questo libro: la prima precisa che le analisi raccolte non si limitano a ricordare che cosa dobbiamo fare per tornare a crescere, ma si concentrano su come farlo. La seconda motivazione rileva che, nonostante le apparenze esterne, l'Italia sta «cambiando pelle», perché a dispetto del fallimento di un'intera classe dirigente, si sta rafforzando una vera e propria «constituency» delle riforme: un insieme crescente di elettori, di cui si elencano le varie categorie, pronti a dare fiducia a un programma di profondo cambiamento del paese. L'ampia raccolta di saggi offre materia di riflessione e di dibattito.



Autori - Hermann Simon - Danilo Zatta

Titolo - **AZIENDE VINCENTI** - *Campioni nascosti del 21° secolo*

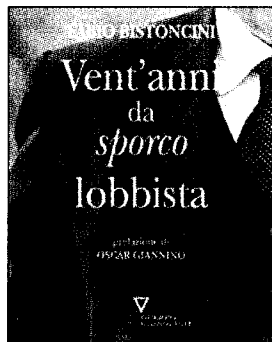
Casa editrice - Hoepli Editore 2011-2012, pagg. 288

Prezzo - Euro 22,90

Argomento - Vengono chiamate «multinazionali tascabili» o, come ripetutamente riproposte nel libro, «aziende vincenti-campioni nascosti del 21° secolo».

Sono imprese che occupano le prime posizioni nel loro specifico mercato di riferimento su scala mondiale o continentale; hanno un fatturato inferiore a 4 miliardi di dollari; sono poco conosciute dal grande pubblico. Operano su mercati ristretti di tipo oligopolistico (sono spesso aziende monoprodotto e monomercato); grazie all'alta qualità dei loro prodotti/servizi e dei conseguenti prezzi alti, hanno un'elevata redditività e possono contare così su un alto autofinanziamento. La loro presenza è rilevante in Germania (1.200 imprese) e in Italia (200). Su questo tema i due autori, in particolare Hermann Simon, ritenuto tra i maggiori management thinker contemporanei, dissertano ampiamente nel loro volume, avendo cura, al termine di ognuno degli undici capitoli, di stendere un'efficace sintesi, che aiuta ad inquadrare le ragioni del successo di queste aziende particolari, di cui citano un numeroso elenco. Sono realtà concentrate su attività produttive di eccellenza, esportate in tutto il mondo (quota export pari al 61,5%), prevalentemente nel settore dei beni industriali (69,1%), con un numero medio di dipendenti intorno a 2.000, con un forte legame con la propria clientela e con una gestione verticista, che può contare su specialisti di alto livello (crescente il numero dei laureati), fedeli e riservati. L'esposizione è, a volte, enfatica e con parti ricorrenti. Con una maggiore sintesi il testo avrebbe ancor più stimolato la lettura.





Autore - Fabio Bistoncini
Titolo - VENT'ANNI DA
SPORCO LOBBISTA

Casa editrice - Guerini
e Associati Editore, 2011,
pagg. 190

Prezzo - Euro 18,50

Argomento - Una professione ancora controversa quella del lobbista, che Bistoncini, sulla base di un'esperienza ventennale, descrive in questo libro in chiave autobiografica, con una ricca aneddotica,

a cavallo tra cronaca e storia contemporanea, con spunti didattici, problematici ed etici, alla ricerca di una sua legittimazione formale. Manca, infatti, una normativa di legge per questa figura professionale, priva di un percorso di studi che possa prepararla e qualificarla. L'acquisizione del mestiere avviene ancora oggi sul campo, nella migliore delle ipotesi, a fianco di un «capobottega rinascimentale», ossia di uno specialista esperto in materia. La professione del lobbista nasce dalla cultura anglosassone e per questo nel libro viene citato J.F. Kennedy, secondo cui «i lobbisti sono persone che per farmi comprendere un problema impiegano dieci minuti e tre fogli di carta, i miei collaboratori per lo stesso problema impiegano tre giorni e decine di pagine». In Italia, invece, il mestiere di lobbista evoca scandali legati alla corruzione e al malcostume. Oscar Giannino, che ha scritto la prefazione, condivide «appieno la difesa del lobbismo, che nulla ha che vedere coi faccendieri imbratta-appalti o corrompi-commesse». L'autore traccia un vero e proprio identikit del lobbista e dedica un capitolo alla cassetta degli attrezzi, la «tool-box», necessaria per la professione. Inoltre, articola con chiarezza in una tabella la tipologia e le categorie dei gruppi di interesse, di cui può essere interprete il lobbista per la loro tutela e promozione di interessi presso il decisore pubblico.

a cura di Pietro Scardillo