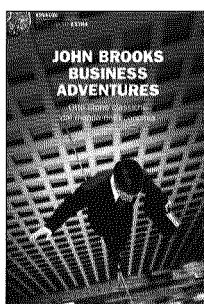


La pubblicità della moda

Una storia doviziosamente illustrata dell'intreccio tra due punti forti del sistema Italia sotto il profilo economico: la moda e la pubblicità. Si tratta di una relazione di antica data, per la verità, perché già dalla fine del XVIII secolo la pubblicità della moda ha fornito un impulso fortissimo al modificarsi dei linguaggi e dei paradigmi della comunicazione. Il noto sociologo Vanni Codeluppi (professore allo Iulm di Milano) accompagna il lettore dall'alta moda aristocratica sino ai giorni nostri, evidenziando, tra globalizzazione, rilancio del lusso e testimonial celebri, la dimensione immateriale e simbolica di un settore importantissimo dell'economia.

Vanni Codeluppi
Moda & pubblicità

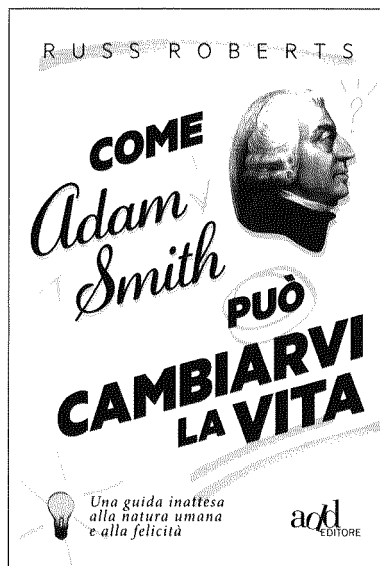
Carocci, 130 pagine, 16 €



Marketing passato ma attuale

Un vero classico sul mondo del business (a dirlo è Bill Gates) che uscì originariamente nel 1969, sapendo dunque sfidare magistralmente il tempo. John Brooks (1920-1993), una sagace penna economica (il giornalista finanziario del «New Yorker»), raccolse e raccontò queste otto storie nel corso degli anni Sessanta: situazioni dotate di un carattere di esemplarità per descrivere modi di pensare e mentalità che valevano nel sistema degli affari. Dal fallimento dell'auto Ford Edsel al trionfo della prima macchina xerografica da ufficio (lanciata dalla Xerox), dall'«apologia della sterlina» fino alla problematica della incomunicabilità all'interno della General Electric: un affresco brillantissimo dell'universo imprenditoriale e di quello del neonato marketing.

John Brooks
Business Adventure
Einaudi, 416 pagine, 19.50 €



Viaggio alla riscoperta di Adam Smith

Pure tra i giganti delle scienze economiche (e i suoi padri fondatori) in pochi possono vantare la quantità di libri che è stata dedicata ad Adam Smith. E ora si aggiunge anche il famoso divulgatore (e ricercatore a Stanford) Russ Roberts, che è coautore dei video che mettono in rap lo scontro intellettuale tra J. M. Keynes e F. Hayek, con milioni di visualizzazioni su You Tube. Lo Smith di Roberts è, naturalmente, il campione dell'Illuminismo scozzese e quello della «Teoria dei sentimenti morali» del 1759, più che quello prediletto dai teorici neoliberisti. L'individuo, assai più che l'attore razionale dominato dall'egoismo è, in questo caso, il soggetto portatore di una sympathy (un'attitudine empatica) nei confronti dei suoi simili: di qui un «viaggio esistenziale» in compagnia del grande economista per capire come essere «felici», «amati», «amabili», «buoni».

Russ Roberts
Come Adam Smith può cambiarvi la vita
Add, 222 pagine, 15 €



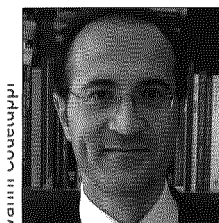
Russ Roberts



Storia delle coop italiane

Il presidente della Camera di commercio di Livorno Sergio Costalli racconta, dal XIX secolo all'oggi, l'evoluzione e le trasformazioni del mondo cooperativo, di cui è stato dirigente importante. Dalle finalità di emancipazione del movimento socialista di fine Ottocento alle realtà industriali di fine Novecento, una fetta di storia dell'economia nazionale improntata a una visione diversa da quella dell'imprenditoria privata, con cui le imprese aderenti di Confindustria competono e concorrono, e qualche volta si alleano, come prevedono le regole del mercato.

Sergio Costalli
La città co-operativa
Bruno Mondadori,
160 pagine, 16 €



Vanni Codeluppi