

UN'ANALISI ECONOMICA CHE VA IN PROFONDITÀ

La rivoluzione liberale invocata da Sapelli



**LA CRISI
ECONOMICA
MONDIALE**
Giulio Sapelli

2008
Bollati Boringhieri
64 pagine
7 euro

«**L**a soluzione della crisi non potrà essere solo economica. Dovrà passare attraverso una rivoluzione liberale». Ne è convinto Giulio Sapelli che nelle dieci considerazioni in cui si articola il suo veloce saggio affronta il dilemma a cui oggi il mondo è chiamato: «Neostatalisti da un lato e sostenitori, dall'altro, della sussidiarietà e del primato della società civile e delle sue libertà». Bisognerà scegliere tra queste due posizioni, sostiene l'economista, soprattutto oggi, dopo 20 anni di progressivo trasferimento di ricchezza dal profitto alla rendita finanziaria. A cui va aggiunta una delle ragioni sociali che rendono l'attuale crisi più profonda del suo manifestarsi meramente economico-finanziario: l'invecchiamento persistente della popolazione europea. Urge rileggere «i classici che vedevano nell'industria, nel profitto e nelle nascite il sale della crescita e della civilizzazione».

UN MARZIANO SCESO A TORINO

Ritratto del manager che ha salvato la Fiat

■ Manager schumpeteriano, capitano d'impresa socialdemocratico, ideal-tipo dell'informalità o guru con il pullover nero. Questo e altro è il Sergio Marchionne ritratto da Marco Ferrante. Del marziano italo-canadese con residenza in Svizzera approdato a Torino nel 2004 che in 4 anni ha portato un'azienda che perdeva 2 miliardi l'anno a un utile di 2 miliardi, il volume ricostruisce l'ambiente familiare (la madre istriana e il padre abruzzese si trasferirono in Canada quando era adolescente) e la carriera. Con un finale aperto sul futuro della "Grande Fiat" e sul radicamento in Italia del "marchionnismo".



**MARCHIONNE
L'UOMO CHE
COMPRÒ
LA CHRYSLER**
Marco Ferrante

2009
Mondadori
123 pagine
17 euro



**IL CLIENTE
COME
INVESTIMENTO**
Sunil Gupta
Donald R.
Lehmann

2008
Wharton School
Publishing
224 pagine
30 euro

ALLA SCOPERTA DEL CLIENTE

Consigli per affrontare l'incertezza dei mercati

■ Qual è il reale valore del cliente? Il libro di Gupta e Lehmann descrive tecniche e strumenti pratici che consentono di comprendere appieno il valore del cliente per l'azienda e di condurre misurazioni efficaci e affidabili che rappresentano un contributo determinante nell'affrontare l'endemica incertezza dei nostri mercati, oltre ad analizzare le modalità per migliorare la relazione del ciclo di vita col cliente e facilitare il processo decisionale.

I RACCONTI DEL RESEGONE

Poveri oggetti, densi di umanità vissuta

■ «Ricordi frizzanti o struggenti come la vita. La baita dello zio sopra a Erve e quelle in Val Daone: dunque un luogo fisico, come il Resegone. Ma il mondo così bello di questi racconti è innanzitutto negli occhi e nel cuore di Marco. I poveri oggetti densi di umanità vissuta, protagonisti dei racconti, diventano epici, perché così li vede e li sente chi ce li racconta. Qui tutto è cristiano, perché è cristiano lo sguardo e il cuore del narratore. Soprattutto è cristiano l'amore tenero per ogni atomo di realtà».

(dalla prefazione di Antonio Succi)



LA CA'
Marco Simi

2009
Itaca
112 pagine
10 euro