



BRC consulting s.p.a.

Consulenze Aziendali

Via Trieste 9/5
Manzano (UD)
Tel. 0432.754148
Fax 0432.755492

www.brcconsultingspa.com

09

ottobre 2003

Consulenza Integrata



realtà industriale

La voce dell'Assindustria di Udine



Mi sento solo

Mi sento solo! In questi ultimi anni la professione mi ha portato via da Udine. Negli anni triestini di Fincantieri ho resistito. Oggi Roma, purtroppo, ha vinto: mi ha fagocitato.

SEGUE A PAGINA 5

Per un'Associazione in crescita

Uno strumento di informazione non solo economica nonché una occasione di confronto su problemi, idee e progetti aperto agli associati, alle istituzioni ed alla società civile: è quello che ha cercato di essere Realtà Industriale nei quattro anni e mezzo trascorsi sotto la direzione di Umberto Malusà e la supervisione generale del compianto Piero Fortuna.

SEGUE A PAGINA 5

Industria

Un distetto della chimica a Torviscosa?

Valute

Dollaro sempre più giù

Obiettivo Austria

Via alla privatizzazione di Voest Alpine

Convegni

Il cambiamento culturale della nuova qualità

◀ **all'interno**

15

21

29

37

Philippe Legrain
UN MONDO APERTO
 La verità sulla globalizzazione
 Il Sole 24 Ore
 pagg. 360
 € 24,00

No global, no logo e tutti gli altri movimenti che protestano e si oppongono alla globalizzazione hanno diffuso l'idea che essa sia un male in sé. A sentirli sembra che la nostra vita presente e futura sia destinata ad essere controllata da un gruppo di malefiche multinazionali. Pare proprio che un ristretto numero di marche globali stia prendendo il controllo dell'economia mondiale, sopprimendo identità e specificità nazionali e restringendo



gli spazi di libertà dei singoli. Ma è davvero così? Secondo Philippe Legrain, editorialista dell'Economist e collaboratore di Financial Times, Wall Street Journal Europe e The Guardian, la storia è un'altra. Egli sostiene che la globalizzazione è un'impreggiabile opportunità di sviluppo e crescita per il mondo intero; un fenomeno complesso che si può governare per spingerlo nella direzione utile ad arricchire il nostro benessere e le nostre vite. Un libro che, con spirito liberale e rigore economico, cerca (e trova) le risposte ai tanti dubbi ed ai molti problemi posti dalla globalizzazione, non rifiutandola a priori, ma analizzandone pregi e difetti.

Altre letture consigliate • Altre letture consigliate • Altre letture consigliate

Stefania Cicoria
LA PUBBLICITÀ
SULLA PUNTA
DEL NASO
 Franco Angeli
 pagg.: 244
 € 10,50

Gli americani, impareggiabili nell'inventare formule e slogan, la hanno già ribattezzata Sell with smell: è l'ultima frontiera del marketing applicato alle vendite. Non bastavano, infatti, i giochi di colore, gli accattivanti sottofondi musicali, lo studio attento del modo di esporre i prodotti, oggi, per convincerci a comprare, i maghi delle vendite sono andati alla ricerca del quinto senso: l'olfatto. Si preparino, allora, gli acquirenti-consumatori ad essere avvolti da effluvi affascinanti, da profumi coinvolgenti, da odori stimolanti. L'odore come strumento di marketing è, appunto, l'oggetto di quest'interessante e divertente volumetto del tecnico pubblicitario Stefania Cicoria, che da un lato ne traccia le motivazioni psico-fisiologiche, dall'altro presenta alcuni interessanti casi di aziende che hanno provato a vendere con il profumo.



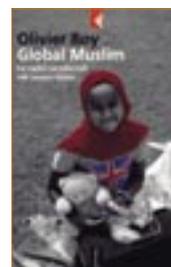
Carlo Jean
MANUALE
DI GEOPOLITICA
 Editori Laterza
 pagg.: 350
 € 24,00

Un vero e proprio manuale per avvicinarsi ad una scienza che diventa sempre più importante per capire il mondo che ci circonda. La geopolitica, infatti, studia i rapporti fra i fattori geografici e scelte politiche. Una scienza, quindi, in continua evoluzione, soprattutto negli ultimi anni in cui stiamo assistendo ad una sempre più spinta integrazione economica (la famosa globalizzazione) alla quale fanno sovente da controparte una disintegrazione di Stati ed un rimescolamento continuo degli assetti politici globali. Scritto da Carlo Jean, docente di Studi Strategici presso la Facoltà di Scienze Politiche della Luiss e Presidente del Centro Studi di Geopolitica, il libro è anche utile a capire come si è mosso e come si sta muovendo il nostro Paese sullo "scacchiere" internazionale.



Olivier Roy
GLOBAL MUSLIM
 Le radici occidentali del nuovo Islam
 Feltrinelli
 pagg.: 177
 € 15,00

Quanto ha inciso e incide la cultura occidentale sui movimenti fondamentalisti islamici? Quanto conta la globalizzazione sulla loro diffusione? Secondo Oliver Roy, considerato uno dei massimi esperti mondiali di geopolitica islamica, decisamente molto. Con una tesi controcorrente egli sostiene che gli islamici radicali nella loro opera di propaganda, nella loro azione politica e addirittura in quella terroristica, condividono modelli d'azione tipicamente occidentali. Da ciò ne discende, secondo Roy, che la "batteglia" attualmente in atto tra islam e occidente non è scontro di civiltà, ma l'effetto di un occidentalizzazione malvissuta e maldigerita da parte del mondo islamico.



Alberto Mattiacci
IL MARKETING
CONSUMER - BASED
 Il modello della product offering
 CEDAM
 pagg.: 297
 € 23,00

Un volume molto tecnico per presentare un nuovo modello di marketing management che reinterpreta le attività di mercato del produttore. Infatti, Mattiacci, professore di marketing alla Facoltà di Economia dell'Università di Siena, parte dall'idea che, considerata la sempre maggior valenza dei mercati consumer, ci sia la necessità di una "rinnovata rappresentazione concettuale del consumatore, capace di offrire un'adeguata cittadinanza ai fenomeni di discontinuità accaduti in questi ultimi anni ed alle tendenze strutturali emergenti... con lo scopo di rileggere... la dialettica consumatore/impresa alla luce di tali novità". Ecco allora, il modello della product offering che "nell'ottica del produttore industriale, recepisce le mutate istanze comportamentali del consumatore, riconoscendone il peso nelle scelte d'impresa volte a creare mercati e a formulare proposte di valore vincenti".



Fulvio Palmieri
IL PENSIERO
SOSTENIBILE
 Per un'epistemologia del divenire
 Meltemi
 pagg.: 167
 € 16,00

Si parla ormai comunemente di sviluppo sostenibile. Non sempre, però, è chiaro come si possa ottenerlo. Secondo Palmieri, collaboratore della Facoltà di Filosofia di Trento e del dipartimento di Scienze e Tecnologie Chimiche dell'Università di Siena, non si può arrivare ad un reale sviluppo sostenibile senza ripensare radicalmente il modello di sviluppo occidentale. Non si può, afferma l'autore, avere sostenibilità se l'idea di sviluppo è tutta basata sulla crescita. Dobbiamo, dice ancora Palmieri, saper valorizzare il rispetto della natura, dei suoi ritmi, delle sue esigenze, ponendo alla base del nostro agire e, quindi, del nostro sviluppo l'istanza etica della felicità dell'uomo che si ottiene solo vivendo in armonia con l'ambiente circostante. Un libro contro "la mentalità dominante" che ha nella quantità il metro di tutte le cose. Un libro a favore di un nuovo modo di produrre che faccia della qualità a 360° il proprio faro.



Gustavo Selva
 - Eugenio Marcucci
ALDO MORO.
QUEI TERRIBILI
55 GIORNI
 Rubbettino
 pagg.: 443
 € 18,00

E' da poco trascorso il venticinquesimo anniversario del sequestro e dell'assassino di Aldo Moro da parte delle Brigate Rosse. Venticinque anni posso sembrare tanti, ma quella vicenda tragica pesa ancora sulla storia del nostro Paese e continua a far discutere e commuovere. Fa discutere ancora la scelta del governo di non trattare con i terroristi. Continua a commuovere il ricordo dei terribili 55 giorni di prigionia dello statista democristiano. Con questo volume di Selva e Marcucci, Rubbettino pubblica la cronaca dettagliata di quei giorni, unitamente ad una serie di documenti molto interessanti: tutte le lettere (anche quelle mai recapitate) scritte da Moro durante la prigionia; il suo famoso "memoriale"; i farneticanti "comunicati" emessi dai suoi sequestratori. Mentre le BR stanno tornando tragicamente d'attualità, un libro per chi voglia ricordare e per i più giovani perché possano capire cosa successe in quel tragico 1978.

