



Lobbisti per legge (e per professione)

Si è soliti associare alla parola lobbying un significato negativo che porta a pensare alle associazioni come raggruppamenti affaristici, difensori di caste e faccendieri. In realtà, fare lobbying in modo trasparente e regolamentato può assumere un ruolo fondamentale per il buon funzionamento della democrazia e dell'economia di un paese. **Gianluca Sgueo** in *Lobbying e lobbismi. Le regole del gioco in una democrazia reale* (Egea 2011, 263 pagg., 24 euro), affronta il tema in chiave positiva disegnando le linee guida per favorire in Italia una crescita culturale nei confronti del lobbying e instaurare un sistema efficace e funzionale.

Sgueo afferma che in una democrazia la funzione dei lobbisti assume un'importanza fondamentale se viene incentivato il coinvolgimento dei cittadini nell'assunzione delle decisioni. Nel libro il fenomeno viene fotografato con esempi tratti dal mondo anglosassone illustrando sia i benefici sia i problemi. L'autore ripercorre con interviste e resoconti il ruolo delle lobby nelle campagne elettorali e nei processi demo-

cratici negli Usa e Gran Bretagna, trovando in Italia, in realtà, pochi casi positivi da illustrare, come i risultati ottenuti dalla regolazione sul lobbying predisposta dalle Regioni. È soprattutto in Italia che la categoria attraversa una profonda crisi di legittimazione, con le lobby dipinte come centri di potere finalizzati a raggiungere scopi non leciti o non negli interessi dei cittadini. Crisi aggravata dalla mancanza di una regolamentazione organica, dall'assenza di un regime di trasparenza, dalla delegittimazione della politica e dei partiti. Sgueo allora enuncia in dettaglio l'insieme di norme e approcci che andrebbe introdotto per dare al lobbying la sua giusta collocazione e dignità in Italia: "Da una legge che disciplini le modalità di accesso alla categoria dei lobbisti, che ne definisca le modalità d'azione e la deontologia... a un investimento serio sulla formazione e selezione dei lobbisti con un sistema che prepari i futuri professionisti e che premi i più meritevoli, all'integrazione ufficiale, e non più officiosa, delle pratiche di lobbying nel sistema democratico".

La saga del commissario Zarotti

*****Milano. Luglio. In città c'è aria di smobilitazione. A mettersi tra il commissario Zarotti e le sue agognate ferie ci si mette la morte dell'amministratore delegato di una grossa azienda di marketing. Il primo di una serie di delitti che rischieranno di provocare l'esaurimento nervoso al commissario, così poco avvezzo a muoversi in quell'ambiente. *Numero perfetto per l'assassino* (Robin edizioni, 2011, 584 pagg., euro 20) è la quarta indagine di Zarotti, il personaggio creato dal bocconiano **Filippo Genzini**. Dello stesso autore, *Fotografie*, *All'ombra del Torrazzo* e *L'uomo che si scielse come neve al sole*.

CITTÀ IN CERCA DI QUALITÀ

Perché in una città si vive meglio che in un'altra? Sono l'ambiente, i servizi, la società e l'economia a fare la differenza? In *Città italiane in cerca di qualità. Dove e perché si vive meglio* (Egea 2012, 188 pagg., 19 euro) Emilio Colombo, Alessandra Michelangeli e Luca Stanca, applicando il metodo edonistico, danno una risposta innovativa e rigorosa.



100 MODI DI FARE MARKETING



Se con la rete cambia il modo di comunicare e di fare marketing, il passato è tutto da buttare o si può salvare qualcosa? Per Antonio Ghini, autore di *Dal detergente alla Ferrarri. Cento modi del comunicare* (Egea 2012, 304 pagg., 28 euro), il passato è ancora vivo ed efficace: basta saperlo reinterpretare in presenza di nuovi strumenti e opportunità.

TUIR TRA PRASSI E DOTTRINA

Un ampio e approfondito contributo all'interpretazione delle norme del T.U.I.R. disciplinanti le scissioni nazionali e internazionali con l'analisi critica delle logiche del legislatore e degli orientamenti giurisprudenziali, dottrinali e di prassi di questi ultimi quarant'anni. **Paolo Mandarino** lo scrive in *Le scissioni nel T.U.I.R. Orientamenti tributari* (Egea 2011, 336 pagg., 40 euro).

