

FARE IMPRESA CON SENSO: VISIONE, VALORI E STRATEGIE PER UN NUOVO CAPITALISMO

LA

LIBRERIA DI IMPRESE E TERRITORIO

Caterina Chiara **Carpanè**



Let my people go surfing. La filosofia di un imprenditore ribelle.

Yvon Chouinard, ed. Ediciclo Editore, euro 24,95

«Sono più di sessant'anni che faccio l'imprenditore. Faccio fatica a dirlo, è come ammettere di essere un alcolizzato o un avvocato. È una professione che non ho mai rispettato. Buona parte dell'imprenditoria è ostile alla natura, distrugge le culture autoctone, ruba ai poveri per dare ai ricchi e avvelena la terra con gli scarichi delle fabbriche. Ma l'imprenditoria può anche produrre cibo, curare malattie, controllare la crescita demografica, dare lavoro e in generale arricchire le nostre vite. E può farlo guadagnandoci e senza rinunciare alla propria anima».

Yvon Chouinard, conosciuto ai più per aver fondato il marchio di abbigliamento sportivo Patagonia, racconta in questo libro molto di più della sua carriera imprenditoriale. Svela l'uomo, anzi il ragazzo che negli anni Sessanta si è appassionato all'arrampicata, che ha sfidato le pareti del parco Yosemite per trasformare quell'amore in lavoro, con la realizzazione di attrezzature per il climbing prima e per lo sport in generale poi. Senza però mai cedere alle logiche del capitalismo sfrenato, ponendo sempre una grande attenzione all'impatto ambientale delle sue scelte, aziendali e personali. Il testo, molto ricco di foto, mescola quindi le vicende personali alla filosofia aziendale per un ritratto di un uomo che nel 2022 (a 17 anni dalla prima edizione del libro) ha scelto di cedere la sua società a un'organizzazione non profit da lui creata per investire i profitti in azioni contro il cambiamento climatico.



Mai fermi. Otto punti fissi per la tua traiettoria.

Alessandro Benetton, ed. Mondadori, euro 20

«Il business non deve essere mai solo profitto, ma creazione di valore condiviso. Investire bene significa investire anche per il benessere dell'ambiente, dei territori, delle comunità e delle persone. Investire sul futuro significa investire sui giovani e sulle loro idee, anche quando sembrano troppo innovative per essere realistiche»

Dopo l'autobiografia, "La traiettoria" (ed. Mondadori, 2022) Alessandro Benetton torna in libreria con un volume che raccoglie i valori e le strategie che guidano la sua carriera aziendale e lo fa ripercorrendo le vicende di "altri". Ecco, quindi, che lezioni di vita (e lavoro) possono arrivare dall'ex pilota di Formula 1 Michael Schumacher, dall'artista Andy Warhol o dal fondatore italiano della Bank of America Amadeo Giannini, ma anche dal padre Luciano e dai suoi figli. Curiosità, progettualità, metodo, perseveranza sono solo alcune delle qualità che hanno accompagnato e continuano ad accompagnare l'imprenditore nella sua traiettoria personale e professionale, qualità che Benetton si augura possano ispirare anche i lettori in una continua tensione verso il cambiamento.



Psicologia di marketing e comunicazione. Pulsioni d'acquisto, leve persuasive, nuove strategie di comunicazione e management

Daniele Trevisani, ed. FrancoAngeli, euro 38

Daniele Trevisani è da tempo punto di riferimento per la communication research in Italia. Dalla sua esperienza come formatore di Ceo e top management e nello sviluppo aziendale, nasce questo interessante manuale che rivede in chiave originale e innovativa il tema della competitività di marketing e comunicazione, introduce nuovi concetti molto attuali come le strategie digitali e propone una nuova visione della customer satisfaction. Il testo, utile per imprenditori, esperti di marketing ma anche addetti alle vendite, responsabili risorse umani e studenti, fa luce sui moventi del consumatore, individuando anche i fattori che muovono gli acquisti nel business-to-business, provando anche a stilare delle linee sulla costruzione del prodotto ideale. Tra i nuovi argomenti presenti in questa edizione – che vede anche i contributi di Laura Mancini – si trovano: il marketing percettivo, la Customer Wisdom (ovvero la presenza di un cliente sempre più preparato), il digital marketing, la piramide degli account mentali e il mental budgeting.