

car 202 COMMERCIALE ROTAZIONE € 1.550,00 e in più finanziamento tasso 0% fino a € 15.500,00 ROMA - Via A. G. Barrili 50/G - Tel. 06.5891988 Piazza Antonio Meucci 7/A - Tel. 06.5953975

CULTURA & SPETTACOLI

car 202 COMMERCIALE ROTAZIONE € 1.550,00 e in più finanziamento tasso 0% fino a € 15.500,00 ROMA - Via A. G. Barrili 50/G - Tel. 06.5891988 Piazza Antonio Meucci 7/A - Tel. 06.5953975

Grandi fughe/Mattotti, Igrort, Muñoz e altri maestri delle "strisce" e dell'illustrazione Tutti profeti a Parigi o altrove, non in patria E una sola speranza: lo slancio editoriale delle piccole case



Accanto, una tavola da «Jekyll e Hyde» di Lorenzo Mattotti

LA Coconino Press, piccola casa editrice bolognese di grandi album a fumetti e di una rivista, Maki, ugualmente inventiva, manda in libreria molte nuove opere e tra queste un pregevolissimo 5 è il numero per...

Ma il fumetto italiano non abita più qui

care l'uccisione del figlio, un giovane killer, nella lotta tra bande camorristiche. Igrort guarda sulla convenzione, anzi sui propri convenzioni, ma il suo pregio maggiore, oltre quello delle ardite commistio-

e Muñoz, i nostri due "fumettisti" e illustratori più famosi nel mondo? E perché il bolognese Stefano Ricci (animatore di una splendida rivista di grafica, arte e fumetto, Mako) lavora a Bruxelles? Si potrebbe continuare con fumetti o illustratori quali Oreste Zevola, Fabian Negrin, Gabriella Giandelli, Marina Sagona e tanti altri che passano da Milano a Londra, da Napoli a New York, da Bologna a Parigi per "piazzare" le loro opere.

che idolatano romanzi imposti dalla grande editoria, le vane storie di malinconici zittioli o gli sciocchi intrighi di criminali in pantofole...

Sotto, una illustrazione da «L'enigma» di Lella Marzocchi e, in basso, un'altra di Igrort da «5 è il numero perfetto»

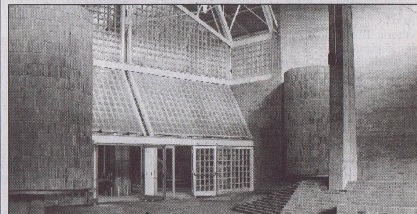
Esiste in Francia una "civiltà del fumetto" che ha oggi uno slancio e una vitalità nuovi grazie al lavoro di un gruppo di indipendenti, "L'Association", che danno alcune opere anche alle grandi case editrici, e il cui nome più noto da noi è quello di David B., autore di una celebratissima e appassionante autobiografia di famiglia, Cronache del Grande Male...

In Italia l'editoria specializzata è confinata a poche librerie per fanatici, non sempre i lettori migliori; e quando si dice fumetto i "colti" arricciano il naso, gli stessi



Ma torniamo a Igrort. Cinque è poleatano, la storia del killer in per...

Intervista/Parla Vittorio Silvestrini, presidente del centro che Ciampi inaugura venerdì a Napoli



«E' una Città della scienza da primato europeo»

DI ROMEO BASSOLI DA venerdì, la Città della Scienza di Napoli sarà il primo Science Centre (un museo della scienza interattivo) europeo ad avere, accanto all'attività di divulgazione della scienza, anche una grande e complessa struttura per la promozione dell'innovazione e della ricerca.

ta, dedicato all'orientamento verso le opportunità formative e d'impiego. E abbiamo il Bic, che funziona come un incubatore nel quale le neoprese si insediano per un periodo di tempo determinato, non superiore ai 3-4 anni; i primi della loro attività. Tutte imprese, ovviamente, rivolte all'innovazione tecnologica.

Ad inaugurare questo complesso sarà il presidente Ciampi, contento di mantenere una promessa. Un anno fa, infatti, era a Napoli in occasione del raddoppio della parte divulgativa della Città della Scienza.

«Nei primi mesi del 2003 apriranno i battenti nell'incubatore» 22 imprese assieme a 5 progetti ai quali si offre l'opportunità di pre-incubazione. Abbiamo scelto tra i più di 50 progetti presentati.



Vittorio Silvestrini. In alto, la Città della scienza di Napoli

«Anche noi abbiamo mantenuto la nostra», commenta giustamente il presidente dell'Associazione Vittorio Silvestrini. «Venerdì presenteremo il Business Innovation Centre (Bic), il Centro per l'Alta Formazione e l'Auditorium da 820 posti che funzionerà come uno spazio per congressi e eventi. La Città della Scienza, alla fine, coprirà 70.000 metri quadrati».

la parte espositiva, ma non hanno struttura per la formazione, la ricerca didattica e l'innovazione come le nostre. Grazie anche a questa originalità ci siamo guadagnati una posizione di tutto rispetto in Essie, l'organizzazione di musei scientifici europei: siamo stati eletti nell'esecutivo composto da sole quattro istituzioni. E' un riconoscimento importante. Del resto, siamo anche l'unica struttura di divulgazione della scienza che copra il 70 per cento del suo budget con i propri contratti. Lo Stato ci finanzia solo per il 30 per cento.

Come mai questa scelta di tenere assieme divulgazione, ricerca e produzione di innovazione?

«Noi proponiamo un modello originale che parte dalla divulgazione della scienza. Spargiamo semi di cultura scientifica e quando qualcuno di questi semi germoglia, lo aiutiamo a crescere con l'incubatore delle imprese».

La Città della Scienza sorge a Bagnoli, una zona deindustrializzata. La scienza può rilanciare l'economia di una città?

Sono giorni di crisi per l'industria italiana. La Fiat trascinata nel gorgo declinante di aziende dell'industria che tenta di dare una risposta alla crisi? «Certo, ma la scienza deve farsi davvero cultura, non appartenere ad una piccola comunità di specialisti. Deve promuovere valori condivisi, la partecipazione di cittadini, una migliore produzione e una migliore qualità della vita. Allora si evolve da strumento elitario a cultura di massa».

Guerra dei talenti/E' lotta tra le aziende per avere i migliori. Un saggio di tre ricercatori Usa Chi seduce un buon manager seduce un tesoro

CHIEDETE alla vostra impresa più dinamismo e competitività? Intendete renderla vincente? L'unico modo per farlo è considerare i talenti tra le priorità assolute del management, sapendoli riconoscere, stimolare e motivare. Una capitale nient'affatto sviluppata. Anzi, ancora tutta da scoprire, nonostante che dal 1980 nell'imprenditoria internazionale che conta se ne faccia un gran parlare. Ma, anche se la retorica della valorizzazione delle risorse umane è tema di una pleiade di tavole rotonde e ricerche economiche, sono ancora poche le aziende che riescono ad essere efficaci nel riconoscere e selezionare elementi con la stoffa per il business, nel motivare e formare le giovani promesse, nel creare progetti di valore vincenti in grado di attrarre e irretire i talenti, in modo da legarli al destino dell'impresa, anziché lasciarli migrare verso lidi più seducanti.

McKinsey, Ed Michaels, Helen Handfield-Jones e Beth Axelrod, autori del volume, La guerra dei talenti. Come sedurre e trattenere i manager di qualità (Etas, 189 pagine, 18 euro), basato sull'analisi di 27 imprese leader e su 13 mila interviste a manager di successo: nel neocapitalismo avanzato, dove l'importanza degli asset intangibili, come i network esclusivi, i brand, il capitale intellettuale e il talento sovrasta quella degli asset tangibili, macchinari, fabbriche e capitali, «il differenziale di valore prodotto dai collaboratori più ricchi di talento continua ad aumentare... Nel 1900 appena il 17 per cento dei posti di lavoro richiedeva la presenza di lavoratori di concetto - osservano gli autori - mentre oggi sono più del 60 per cento. Nella nuova realtà di mercato, sostengono gli esperti della McKinsey, «il potere è passato dall'azienda all'individuo», per cui sono le imprese ad aver bisogno delle persone e non viceversa: a questo fatto se ne aggiungono altri, come l'aumento della propensione alla mobilità dei collaboratori, la scarsità di profes-

ni dotati e il conseguente aumento della loro forza negoziale. Ne risulta che nei prossimi anni «la gestione dei talenti assumerà la stessa centralità che ha avuto il marketing negli anni Sessanta e la qualità negli anni Ottanta». L'approccio degli analisti nordamericani è dichiaratamente meritocratico e caldeggia il pugno di ferro della riorganizzazione globale: nell'azienda che ha compreso che «la mentalità orientata al talento è il catalizzatore in grado di attivare tutti gli altri imperativi finalizzati alla costruzione del successo» tutti i manager sono responsabili dello sviluppo e del rafforzamento del loro pool di talenti, il recruiting (reclutamento) assume la stessa rilevanza del marketing, e lo stimolo alla crescita rapida di top performance (i collaboratori (coaching e mentoring) è un impe-



La guerra dei talenti tra le grandi aziende per accaparrarsi i migliori manager ormai non riguarda più gli Stati Uniti ma tutte le nazioni industrializzate, anche la nostra

gnò continuo, che si basa anche sulla loro differenziazione in base alle prestazioni offerte. Il metodo della formazione classica è considerato anacronistico e deve cedere il passo allo sviluppo basato sul conferimento di incarichi al limite della capacità e su un sistema di incentivi. La nuova filosofia del talento si basa sulla retribuzione della persona e della performance, anziché della mansione, e sulla disponibilità ad infrangere le regole retributive pur di assumere il candidato giusto. Premiando anche le segnalazioni azzeccate. La DoubleClick ha attivato un programma di recruiting basato sul "passaparola" interno: mille dollari per la prima segnalazione, duemila per la seconda, e una Harley Davidson per il dipendente-talent scout con il maggior numero di contatti procurati e andati a buon fine.