

SOGNALIBRO DI COSTANZA DE LUCA

Te lo dò io il nihongo

Amélie ha trascorso i primi anni della sua infanzia in Giappone e decide di tornarci a 21 anni per ritrovare radici, cultura e tradizioni. Riscopre il fascino del *nihongo*, la bellezza del monte Fuji innevato, le contraddizioni degli abitanti. Tutto attraverso gli occhi di Rinri, con cui stringerà una tenera amicizia. Un'avventura della memoria di una profondità sconvolgente e un amore incondizionato.

NÉ DI EVA NÉ DI ADAMO, di Amélie

Nothomb, Voland, pp. 160, euro 13

GUSTALO COSÌ

Se avete in programma un viaggio nel Sol Levante, fatelo in primavera, quando la perfezione estetica è assicurata. Fermatevi a leggere sotto un ciliegio in fiore, di notte, bevendo *saké*, mentre il vostro *koibito* vi canta parole d'amore.

AFFINITÀ ELETTIVE

Kitchen, il primo libro di Banana Yoshimoto, per conoscere la cultura nipponica attraverso l'espressione culinaria di un Paese dalle infinite tradizioni: un'arte raffinata dove non si può disgiungere la cura della presentazione dei piatti e l'armonia dei colori dal sapore delle pietanze.

QUESTA SEGNATELA

Poco gloriosa la fuga? È sempre meglio che lasciarsi prendere. L'unico disonore è non essere liberi, p. 147

TEMA LIBERO

Rileggere don Oreste e attrezzarsi per l'autunno

È tempo di mettere da parte gli svaghi estivi, rimettendoci a ragionare sulle sfide che ci attendono, dalla cooperazione alla società multietnica. A partire dalla lezione di don Benzi.

NEL CUORE DELLA FAMIGLIA

di don Oreste Benzi, Sempre Comunicare, pp. 202, euro 12



Scrive nella prefazione il curatore del libro, Marco Scarmagnani: «Una famiglia tra terra e cielo: è la grande originalità che si respira tra queste pagine». Ed è proprio così, in questa raccolta di scritti e pensieri del grande don Oreste, raccolta che pare un domestico catechismo, si respirano tutte le fatiche della terra

(non è un libro di immagini, tutt'altro) e tutte le aspirazioni ad un destino che duri nel tempo.

LE SFIDE DELLA COOPERAZIONE

Pierluigi Stefanini con Walter Dondi, Donzelli, pp. 161, euro 15



«Sono convinto che la cooperazione abbia un futuro», dice Pierluigi Stefanini, oggi presidente di Unipol Gruppo Finanziario, rispondendo ad una domanda di Walter Dondi, responsabile della corporate identity dello stesso gruppo. Una convinzione che nel libro si sostanzia non solo sulla scorta di un grande passato ma anche senza reticenze rispetto alle sfide sempre più all'ordine del giorno. In Europa e in Italia.

BLUES MARKETING

di Stephanie Capparell, Baldini Castaldi Dalai, pp. 491, euro 22



Cambia la composizione sociale delle nostre città e cambia anche il mercato, spiega nella prefazione all'edizione italiana di questo corposo e interessante saggio, Giuseppe Albergiani. Perciò il marketing è sempre più alle prese con l'affermarsi della società multietnica e multiculturale. Tutto ciò, però, ed è la bella storia raccontata dalla Capparell, ebbe inizio negli anni 40 negli Stati Uniti in una

azienda di bibite analcoliche, la Pepsi Cola...

GUIDE. Le regole per orientarsi negli acquisti equi e sostenibili

COSÌ TI SMASCHERO GLI ECOFURBI

Cari "ecofurbi", avete i giorni contati. Con l'uscita di *Ecoshopping* nulla sarà più come prima nel mondo dell'acquisto etico ed ecosostenibile. E chi si professa eco ma in realtà vuole solo fare soldi, ha un bel bollino rosso in arrivo.

Rita Imwinkelried e Nicoletta Pennati, le due autrici di questa guida-saggio allo spendere bene, entrambe giornaliste ecologicamente irreprensibili anche nel quotidiano, ce l'hanno messa tutta per dare in pasto all'opinione pubblica un'opera tanto corposa quanto di facile lettura. Il risultato è una sorta di opera magna, con alle spalle almeno due anni di ricerche e all'attivo centinaia di indirizzi, idee, siti web dove lo shopping è d'alto livello, e qualità fa rima con responsabilità. Ma soprattutto, un libro zeppo di consigli, regole d'oro diverse per ogni categoria di prodotti, che aiutano il compratore a spendere il giusto, a non inquinare più del



ECOSHOPPING

di Rita Imwinkelried e Nicoletta Pennati

Sperling & Kupfer, pp. 382, euro 16

dovuto e, quel che più conta, a non prendere abbagli. Il tutto organizzato in un disciplinato elenco alfabetico dove A sta per abbigliamento, B per bambino, C per cosmetici, E per energia, G per giardinaggio, M per mobili, Q per quattrozampe, per chiudere in bellezza con la V di viaggi, rigorosamente responsabili.

Ma chi c'è dietro gli indirizzi? Un mondo tutto "verde": almeno 400 voci, tra piccoli artigiani,

aziende locali o internazionali, qualche grande marca, molte realtà profit e un buon numero non profit. Ognuna contattata e scandagliata a fondo dalle due scrittrici, giunte alla loro seconda pubblicazione dopo il fortunato esordio del 2006 con *Guida alla spesa ecologica*. «Quando compriamo un prodotto stiamo esercitando un potere. Non facciamo abbindolare», è il primo dirompente messaggio che si incontra in *Ecoshopping*. In coda, dopo il viaggio attraverso i prodotti, un'analisi del mercato eco oggi, una corposa bibliografia tematica e un indice geografico, per trovare subito quello che si cerca. Con la sensazione che, d'ora in poi, sbagliare acquisto diventerà sempre più difficile. E se al termine della lettura qualche dubbio fosse rimasto, niente paura: su www.esseresostenibili.it, il sito creato e curato appositamente dalle stesse autrici, il libro "continua" online. **Daniele Biella**

IL PUNGIGLIONE

DI EFFEGI

Buddha, un dio un po' modaiolo...



Milanesi tornati dalle vacanze si sono ritrovati una sorpresa. In una piazza a poche centinaia di metri dal centro, campeggia una grande statua di Buddha. Realizzata da Venanzio Alberti, è una riproduzione del Tathagata Amitabha, un piccolo Buddha. Questa apparizione avverte che per tutto settembre la città sarà percorsa da una serie di eventi che faranno tintinnare i serafici richiami del nirvana. Il pretesto è la mostra di Shinjo Ito, scultore giapponese, morto nel 1989, fondatore dell'Ordine buddista Shinnyo-en. Niente di strano, sin qui. Ma quel Buddha dorato e plastico, piazzato nel cuore della Milano petteggola e modaiola, sembra davvero il totem di una società garrula e vagamente idiota, che trova il nirvana in una boutique di moda...

TRE DOMANDE

Youssef dall'Atlante agli Appennini

Youssef al posto di Marco, l'Italia al posto dell'Argentina: succede in Dall'Atlante agli Appennini, il nuovo libro di Maria Attanasio (Orecchio acerbo).

Perché evoca esplicitamente «Dagli Appennini alle Ande»? In De Amicis, di cui quest'anno ricorre il centenario della scomparsa, c'è un nucleo di sentimenti che va recuperato. Per esempio il riconoscimento dell'altro, l'afflato umanitario come valore. Il racconto sul migrante, in questo senso è centrale.

I libri sociali piacciono più ai genitori che ai bimbi: qui la



Maria Attanasio
Scrittrice

storia tiene. Il suo segreto?

In letteratura ciò che vale è la scrittura. Solo se c'è un linguaggio che vale il libro comunica. E in questo senso la mia attenzione alla scrittura è cresciuta attraverso la poesia. Diceva Raffaele Alberti che «anche parlando della neve si può fare la rivoluzione».

Perché immagini in bianco e nero?

Francesco Chiacchio per quel che so lavora solo in bianco e nero. E così ha reso al meglio con le sue illustrazioni il senso del racconto, valorizzando anche attraverso le immagini i personaggi. **(S.D.C.)**