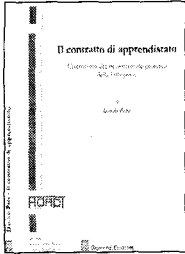


**Letture di diritto**



**Autore** - Danilo Papa  
**Titolo** - *Il contratto di apprendistato*  
**Casa editrice** - Giuffrè, Milano, 2010, pagg. 318  
**Prezzo** - Euro 33  
**Argomento** - Come da anni evidenziano i rapporti dell'Istituto

per lo Sviluppo della Formazione Professionale dei Lavoratori i numeri che ruotano intorno al contratto di apprendistato sono quanto meno preoccupanti. Malgrado gli incentivi a disposizione e le enormi potenzialità di questa forma occupazionale giovanile, poco più di 95 mila sono gli apprendisti italiani che ricevono una formazione regionale, in sostanza meno del 20 per cento degli apprendisti occupati su base nazionale. Eppure la legge Biagi ha tentato di rilanciarlo in tutti i settori produttivi quale fattore di innesco per l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro soprattutto per creare un canale privilegiato di ingresso dei giovani nell'occupazione. Ma a distanza di oltre 7 anni dalla entrata in vigore della legge 30, la maggioranza delle regioni (comprese quelle con il tasso di occupazione giovanile più basso) non hanno neppure attivato tale strumento. Il testo di Danilo Papa fornisce, da un lato, le motivazioni di risultati così deludenti e, dall'altro, offre spunti di riflessione utili per chiarire gli assetti e le prospettive dell'apprendistato, ponendo l'accento sul necessario coinvolgimento delle parti sociali con un ruolo di primo piano nella attivazione e nella gestione dei percorsi formativi.

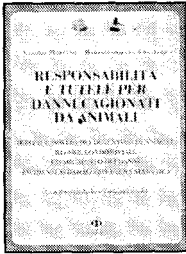


**Autore** - Raffaella Verga  
**Titolo** - *Il conciliatore professionale*  
**Casa editrice** - FrancoAngeli, Milano 2010, pp. 202  
**Prezzo** - Euro 24  
**Argomento** - Un diritto alla portata di tutti, ove trionfi

davvero l'ideale di giustizia. È questo, in sintesi, il principio che dovrebbe animare l'istituto della conciliazione previsto dalla legge n. 69 del 2010. La novità introdotta, e la sua ampia sfera di applicazione, necessita di competenze in coloro i quali verranno chiamati a svolgere questa professione molto articolata. Va in questo senso l'interessante manuale di Raffaella Verga che illustra con taglio teorico e pragmatico le attitudini, le competenze e le tecniche operative che deve possedere un buon conciliatore. Il volume nasce quindi come testo dalla cui lettura tutti i soggetti interessati al tema possono trarre indicazioni su come strutturare la conciliazione, quali strategie adottare per poterla portare a coronamento. Il volume è poi integrato da una breve, ma quanto mai efficace parte, curata dall'avv. Maria Mangeri, nella quale sono fornite le informazioni giuridiche e normative essenziali su questo istituto. Un testo quindi che si colloca a metà tra il manuale giuridico e il testo di management, inteso qui come strumento essenziale per far acquisire agli operatori della conciliazione quegli strumenti di ascolto, gestione e decisione che sono alla base del successo che il legislatore si è auspicato promuovendone l'applicazione obbligatoria in molti settori del diritto italiano.

**Federico Unnia**





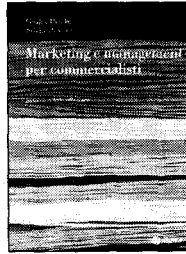
**Autori** – Cosimo Martino e Marianonietta Crocitto

**Titolo** – *Responsabilità e tutele per danni cagionati da animali*

**Casa editrice** – Nuova Giuridica, Macerata, 2010, pagg. 103

**Prezzo** – Euro 10

**Argomento** – Secondo quanto previsto dall'art. 2052 c.c. «il proprietario di un animale o chi se ne serve, per il tempo in cui lo ha in uso, è responsabile per i danni cagionati dall'animale, sia che fosse sotto la sua custodia, sia che fosse smarrito o fuggito, salvo che provi il caso fortuito». Quella della natura della responsabilità del proprietario per il danno cagionato dall'animale a terzi è questione ampiamente dibattuta in dottrina e giurisprudenza, la quale è concorde nel ritenere che quella del proprietario sia una responsabilità oggettiva, fondata non sulla colpa, ma sul rapporto di fatto con l'animale. Il testo scritto a quattro mani da Cosimo Martino e Marianonietta Crocitto, entrambi avvocati, analizza i diritti e i doveri che incombono sui detentori di animali attraverso la risoluzione dei quesiti più ricorrenti e predisponendo formule ad hoc. Nella prima parte vengono affrontate le tematiche relative alla detenzione di animali in condominio. Nella seconda la trattazione verte sul risarcimento del danno provocato da animali da affezione, la responsabilità del proprietario o dell'utilizzatore dell'animale e i relativi limiti, l'onere probatorio. Infine, si esamina il controverso tema della responsabilità per i danni cagionati da fauna selvatica e animali randagi.



**Autore** – Giulia Picchi e Silvia Pavone

**Titolo** – *Marketing e management per commercialisti*

**Casa editrice** – Egea, Milano, 2010, pagg. 322

**Prezzo** – Euro 33

**Argomento** – Il Se fino a poco tempo fa nessun professionista si sareb-

be mai sognato di dire apertamente che si sentiva a tutti gli effetti un «imprenditore», è da qualche anno ormai che, all'inizio sommestamente e adesso in modo sempre più fermo, molti commercialisti ammettono di dover affrontare quotidianamente le stesse preoccupazioni delle aziende loro clienti. Il testo si rivolge a tutti i commercialisti che si trovano alla guida di uno studio o di una sua area di practice (titolari, managing partner, singoli professionisti) e tratta tematiche riconducibili a tre grandi filoni: la gestione dello studio; la gestione del «cliente interno» (gli altri professionisti e lo staff); la gestione dei clienti (acquisiti e potenziali). I contenuti, che rappresentano il punto di incontro tra le tematiche di marketing e di management per uno studio, prendono in esame, tra gli altri, temi non ancora affrontati compiutamente rispetto al mondo dei commercialisti: dalla leadership alla cultura e i valori dello studio, dalla definizione delle strategie allo sviluppo della clientela (acquisita e potenziale), dal passaggio generazionale alla necessità di introdurre sistemi di mentoring, dalla gestione delle risorse umane (in termini di acquisizione, remunerazione, incentivazione) all'importanza di ascoltare i propri clienti, dallo sviluppo del sistema relazionale dello studio al governo del passaparola attraverso le forme di promozione possibili e lo sviluppo dei nuovi media.

*a cura di Francesco Romano*