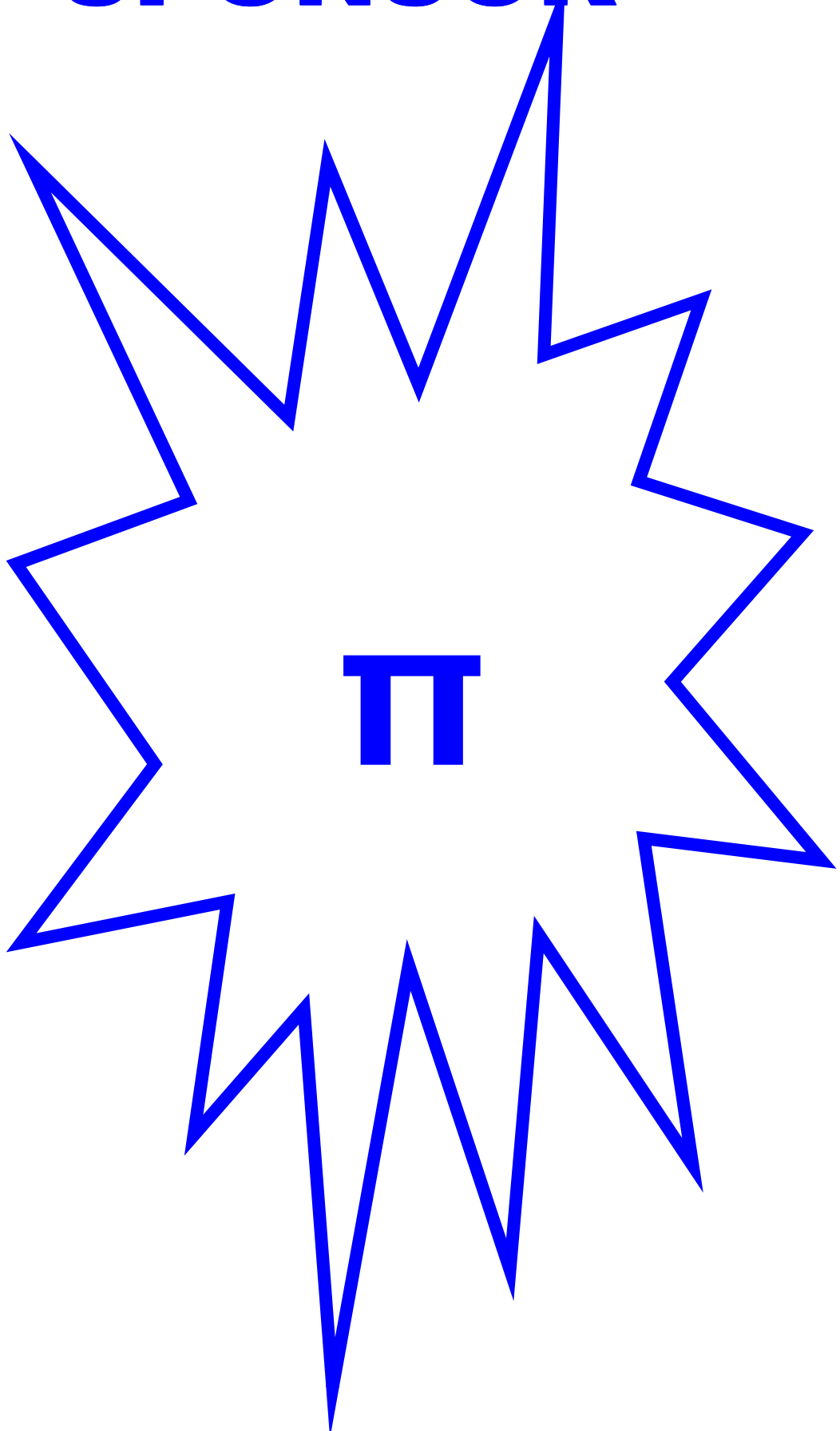


SPONSOR



π

BRAINSTORMING

N° 4d

2232) << . . . L'UOMO RIMANE IMPORTANTE NON PERCHE' LASCIA QUALCOSA DI SE' MA PERCHE' AGISCE E GODE E INDUCE GLI ALTRI AD AGIRE E GODERE. >>.



2233) **IL MECCANISMO DELL'ECCELLENZA NEL "SERVIZIO"?**

<< . . . E' QUELLO DELL'AMORE CHE DURA PER SEMPRE. SODDISFARE LE ATTESE DEL "CLIENTE" IMPLICA IL VALORE POSITIVO DI AGIRE PER " SIGNIFICARE QUALCOSA PER QUALCUNO ". PER FARE CIO' OCCORRE COLTIVARE LA CAPACITA' DI PRENDERSI CURA DI QUALCUNO. CIO' RAPPRESENTA UN TIPO DI GENIALITA' MOLTO PARTICOLARE E AUSPICABILE PERCHE' CI PORTA FUORI DA NOI STESSI RENDENDOCI CONSAPEVOLI DEGLI ALTRI, DELLE LORO VITE, DEI LORO SENTIMENTI ED EMOZIONI, DELLE LORO RESPONSABILITA', PREOCCUPAZIONI ED ANSIE. OCCORRE SVILUPPARE/ESERCITARE L'INDOLE GIOVIALE E SERENA. LA PERSONALITA' BRILLANTE ED ESTROVERSA CHE ESPRIME PENSIERI E ATTEGGIAMENTI POSITIVI NEI CONFRONTI DEGLI ALTRI. BISOGNA ARRIVARE A SIGNIFICARE QUALCOSA NON PER UNA MA PER MOLTE PERSONE SUPERANDO UNA DOPO L'ALTRA LE BARRIERE DEL PREGIUDIZIO, DELLA PIGRIZIA, DELL'EGOISMO, DEL DISFATTISMO, ECC... SIGNIFICA COMPRENDERE IL FORTE BISOGNO CHE C'E' DI AIUTO E DI ASSISTENZA: QUESTO E' PENSIERO POSITIVO! PER CREARE E SOSTENERE QUESTO RUOLO BASTANO PAROLE E BUONI CONSIGLI: NON E' VERO CHE OCCORRE RICORRERE AD AIUTI FINANZIARIO/MA-TERIALE. E QUANDO NON SI SANNO DARE CONSIGLI, BASTA MOSTRARE INTERESSE E COMPrensIONE PER I TIMORI O I PROBLEMI. SPESSO UN " CLIENTE " NON CHIEDE UNA RISPOSTA IMMEDIATA, UN BUON ASCOLTATORE E', COMUNQUE, VALUTATO MOLTO PIU' DI UN BUON CONVERSATORE CHE TENDE FACILMENTE AD " ESIBIRSI " O A PARLARE DI SE' STESSO. IL " CLIENTE " SI LEGA A COLORO CHE LO TRATTANO BENE, CHE SODDISFANO I SUOI DESIDERI. LA FEDELTA' SORGE E SI RAFFORZA CON LA CONFIDENZA, L'AMICIZIA, L'AIUTO, QUANDO SI FA SI' CHE PER TUTTI SIA FACILE INCONTRARTI, SALUTARTI, PARLARTI, AVERE FIDUCIA IN TE. E, FEDELTA' E' AFFEZIONE: QUANDO TUTTI CI VOGLIONO VICINO. LA CONSEGUENZA DIRETTA DI TUTTO CIO' E' CHE NON ESISTE CONDIZIONE MIGLIORE DI QUELLA DI ESSERE " DESIDERATI ". SE SI VUOLE, QUINDI, CHE GLI ALTRI TI APPREZZINO, TI ACCETTINO, TI AMINO, OVVIAMENTE, OCCORRE EVITARE DI: OFFENDERLI-DOMINARLI-CORREGGERLI IN OGNI OCCASIONE- CRITICARLI COSTANTEMENTE-

MOSTRARTI SUPERIORE A LORO-SMINUIRLI IN OGNI MODO- FARLI SENTIRE INCAPACI (ANCHE QUANDO SAI CHE LO SONO!), , , , >>.

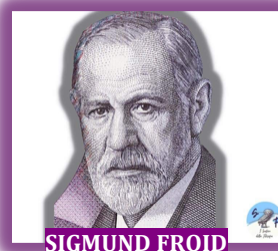
2234)

NOI E LA SOCIETA'?

<< ... CHI SI DEDICA AL PURO NECESSARIO RAGGIUNGE OVUNQUE LA META NEL MODO PIU' SICURO, MENTRE GLI ALTRI, QUELLI CHE VANNO IN CERCA DI COSE PIU' ALTE, PIU' RAFFINATE, DEBONO ESSERE PIU' CAUTI GIA' NELLA SCELTA DELLA VIA. PERO' QUALUNQUE COSA INTRAPRENDA E POSSIEDA, L'INDIVIDUO NON BASTA A SE STESSO. SOMMA NECESSITA' DI UN UOMO E' LA SOCIETA'. TUTTI GLI UOMINI UTILI DEBONO ESSERE IN RAPPORTO TRA LORO, COME IL COSTRUTTORE CHE CERCA L'ARCHITETTO E QUESTO IL MURATORE E IL CARPENTIERE. ... >>.

2235)

A PROPOSITO DELLA ... IPOCRISIA



ATTENTI: ... GLI IPOCRITI PIÙ MITI SONO ANCHE I PIÙ TEMIBILI ... - (V.H.)

<< ... SE OGNI PERSONA SULLA TERRA DECIDESSE DI DIRE LA **VERITÀ**, NELL'ARCO DI **24 ORE NON** RESTEREBBE IN VITA NEPPURE UN'**AMICIZIA**. SE OGNI PERSONA, FOSSE **SINCERA**, DEL TUTTO ESENTE DA FORME DI GRATIFICAZIONE CREATE APPOSTA PER COMPIACERE GLI ALTRI, SI AVREBBERO **MILIONI DI DIVORZI** Istantanei, LE **AMICIZIE SAREBBERO UN RICORDO DEL PASSATO**, OGNI **FAMIGLIA ANDREBBE IN FRANTUMI**. ... **VIVIAMO** (n.di fd: **SOLO**) PER AVERE IL **CONSENSO ALTRUI**, SUL **CONSENSO ALTRUI** COSTRUIAMO LA **NOSTRA IMMAGINE** (ndifd: **gratificazione**), SULL'**APPROVAZIONE ALTRUI** CI PERCEPIAMO COME "**QUALCUNO**", PERDENDO INTANTO SEMPRE PIÙ LA CONNESSIONE CON CIÒ CHE REALMENTE SIAMO, E PORTANDOCI APPRESSO QUEL SACCO OSCENO DI **FALSI CONSENSI RECIPROCI** CHE OGNI TRIBÙ SI CONFEZIONA, POTREMMO DIRE, PER SENTIRSI MIGLIORE DELLE ALTRE, E SU CUI I MEMBRI DI OGNI TRIBÙ (**COPPIA, FAMIGLIA, AMICI, STATI**) SI CREANO UN **ASPETTO** CHE NON MOSTRI LORO IL **VUOTO** CHE VEDREBBERO DI **FRONTE** A UNO **SPECCHIO**.(S.F.)... >>.

2236)

IL PRIVILEGIO DELL'UOMO NELLA NATURA?

<< . . .

NON HA NATURA AL SEME
DELL'UOM PIU' STIMA O CURA
CHE ALLA FORMICA; E SE PIU' RARA IN QUELLO
CHE NELL'ALTRA E' LA STRAGE,
NON AVVIEN CIO' D'ALTRONDE
FUOR CHE L'UOM SUE PROSAPIE HA MEN FECONDE.

... >>.

2237) **LA GRADUATORIA DELLA QUALITA' DELLA VITA IN EREDITA' NELL'ITALIA DEL 21° SECOLO**

Province	Punti	Province	Punti	Province	Punti	Province	Punti	Province	Punti
1. Sondrio	538	23. Biella	484	43. Brescia	457	64. Pescara	438	Cagliari	397
2. Bolzano	534	24. Macerata	484	44. L'Aquila	457	Viterbo	438	Foggia	397
3. Reggio Emilia	533	25. Padova	484	45. Pavia	456	66. Savona	437	87. Catania	396
4. Forlì	515	26. Novara	483	46. Rieti	455	67. Teramo	435	88. Salerno	395
5. Siena	508	27. Vercelli	483	48. Alassandria	454	68. Prato	431	89. Brindisi	394
6. Grosseto	505	28. Viterbo	482	49. Genova	453	69. Bergamo	430	Callianissetta	394
7. Bologna	503	29. Ancona	480	50. Nuoro	451	Como	430	Reggio C.	394
8. Aosta	499	30. Trieste	480	51. Imperia	450	Varese	430	92. Trapani	393
9. Piacenza	498	31. Firenze	477	52. Oristano	449	72. Chieti	427	Vibo Valentia	393
10. Belluno	497	32. Pordenone	472	53. Roma	447	73. Campobasso	426	94. Benevento	390
11. Parma	496	33. Livorno	469	54. Termini	447	74. Potenza	416	Napoli	390
12. Pesaro Urbino	494	34. Ferrara	467	55. Treviso	446	75. Ragusa	413	96. Lecce	387
13. Rimini	493	35. Ravenna	467	56. La Spezia	444	76. Matera	409	87. Caserta	384
Trento	493	36. Mantova	465	57. Agrigento	443	Sassari	409	Taranto	384
15. Cremona	482	37. Pistoia	463	58. Isereia	441	78. Catanzaro	408	99. Siracusa	382
16. Cuneo	491	38. Ascoli Piceno	461	Lecco	441	79. Cosenza	400	100. Crotono	381
Verona	491	39. Lucca	461	Milano	441	Enna	400	101. Bari	378
18. Arezzo	468	40. Pisa	461	Terino	441	Frosinone	400	102. Messina	376
Modena	468	41. Udine	460	62. Venezia	440	Latina	400	103. Palermo	355
20. Verbano-C. O.	487	42. Perugia	459	63. Massa Carrara	439	83. Lodi	399		
21. Asti	485					84. Avellino	397		

Fonte: elaborazione del Sole-24 Ore dal lunedì

TENORE DI VITA				AFFARI E LAVORO			
Le prime	Punti	Le ultime	Punti	Le prime	Punti	Le ultime	Punti
1. Milano	782	101. Vibo Valentia	423	1. Bolzano	620	101. Bari	84
2. Vercelli	734	102. Crotono	419	2. Belluno	599	102. Roma	84
3. Sondrio	732	103. Benevento	401	3. Cuneo	581	103. Siracusa	83

SERVIZI E AMBIENTE				ORDINE PUBBLICO			
Le prime	Punti	Le ultime	Punti	Le prime	Punti	Le ultime	Punti
1. Piacenza	817	101. Milano	591	1. Sondrio	479	101. Latina	102
2. Padova	805	102. Palermo	520	2. Isereia	478	102. Roma	84
3. Asti	785	103. Sassari	515	3. Campobasso	413	103. Milano	83

DEMOGRAFIA				TEMPO LIBERO			
Le prime	Punti	Le ultime	Punti	Le prime	Punti	Le ultime	Punti
1. Agrigento	733	101. Firenze	426	1. Firenze	702	101. Agrigento	131
2. Nuoro	549	102. Genova	415	2. Bologna	678	102. Crotono	100
3. Aosta	625	103. Trieste	381	3. Parma	620	103. Vibo Valentia	96



2238) **LO SCENARIO DELL'INIZIO DEL 3° MILLENNIO?**

<< . . . UNA SORTA DI DISTRUZIONE CREATRICE SEMBRA ESSERE LA NOTA DOMINANTE DEL GERME DELLA CIVILTA' PROSSIMA. L'ONDA LUNGA DELLA INNOVAZIONE SCIENTIFICA E TECNOLOGICA SEMPRE PIU' INTENSA, SEMPRE PIU' PERVASIVA, SEMPRE PIU' UNIVERSALE, MODIFICA CONTINUAMENTE IL DISEGNO DEL NOSTRO VIVERE E OPERARE QUOTIDIANO. UN EVENTO EPOCALE, IL COLLASSO DEI SISTEMI A SOCIALISMO REALE HA STRAVOLTO, RAPIDAMENTE LA GEOGRAFIA ECONOMICA E POLITICA DEL NOSTRO MONDO, APRENDO SPAZI PER UN "ORDINE NUOVO" DI CUI NON SONO DEFINITI CHIARAMENTE I CARATTERI E I TEMPI DI REALIZZAZIONE. E, INOLTRE LA SALVAGUARDIA AMBIENTALE E LA SUA COMPATIBILITA' CON LE ESIGENZE DELLA CRESCITA ECONOMICA, GLI SQUILIBRI DEMOGRAFICI E LE CONSEGUENZE MIGRATORIE. QUINDI, LO SCENARIO DEL 2001 E' CHE IL VECCHIO NON DA' PIU' CERTEZZE E IL NUOVO GENERA TENSIONI, PROBLEMI, INTERROGATIVI E DUBBI. PERCIO', NELL'ORGANIZZAZIONE E NEI PIANI D'AZIONE ECONOMICI LA STANDARDIZZAZIONE INDIFFERENZIATA DEVE FAR POSTO ALL'IDEA DELLA "LEAN ORGANIZATION", ARTICOLATA SULLA FLESSIBILITA', SULL'AGILITA' DELLE STRUTTURE, SULLA VELOCITA' DI REAZIONE, SULL'ORGANIGRAMMI ORIZZONTALI E, SOPRA OGNI COSA, SULLA

VALORIZZAZIONE E SULL'APPORTO CREATIVO DEL SINGOLO UOMO CHE AGISCE/PARTECIPA AL PROCESSO LAVORATIVO. L'ESPERIENZA GIAPPONESE E' FONDATA SULLA DIVERSITA' (RISPETTO ALL'OCCIDENTE) DI METODI E STRUMENTI, E NON SU INSORMONTABILI DIFFERENZE DI MENTALITA' O DI INTELLIGENZA. PERCIO', SENZA INDULGERE SU INUTILI IMITAZIONI, RECUPERIAMO L'ORGOGGIO DELLA NOSTRA CIVILTA', CULTURA GRANDIOSA, TRADIZIONE, INTELLIGENZA PER RICERCARE UTILI STIMOLI PER VIE DI SUCCESSO COMPETITIVO. . . . >>.



2239) << . . . LA COERENZA, TALVOLTA, COINCIDE CON LA STUPIDITA'. LA CONTRADDIZIONE SPESSO E' INTELLIGENTE. . . . >>.

IL SUD?

2240)

<< . . . IL SUD E' PORTATORE DI GRANDE CULTURA, CREATIVITA', TRADIZIONI STORICHE, RICCHEZZA ARTISTICA, PREZIOSA INTELLIGENZA; MA LA POLITICA, LA MAFIA, I GRUPPI ECONOMICI DOMINANTI, L'INFORMAZIONE FAZIOSA L'HANNO CONDANNATO A NON POTERE DARE PER QUELLO CHE E'. . . . >>.

2241) << . . . LE IDEE, ANCHE LE PIU' STRAORDINARIE, PER DIVENIRE VINCENTI HANNO BISOGNO DI TROVARE UOMINI ALL'ALTEZZA CHE LE RAPPRESENTINO.

>>.

2242)

L'ORGANIGRAMMA AZIENDALE TIPO DEL 21° SECOLO?

<< . . . PER SOPRAVVIVERE IN MERCATI SEMPRE PIU' MUTEVOLI, LE AZIENDE DEVONO RINNOVARSI IN CONTINUAZIONE E SODDISFARE IN MANIERA SEMPRE PIU' RAPIDA LE ESIGENZE DEI PROPRI CLIENTI. I MODELLI ORGANIZZATIVI TRADIZIONALI (STRUTTURE PIRAMIDALI CARATTERIZZATE DA MOLTEPLICI GRADI GERARCHICI INTERMEDI) SONO INADATTI PER GESTIRE L'ORGANIZZAZIONE EFFICACE DEL 3° MILLENNIO CHE DOVRA' REINVENTARSI OGNI GIORNO. QUESTO SIGNIFICA, PERO', RIPENSARE IN MANIERA PROFONDA L'AZIENDA E NON SEMPLICEMENTE RITOCARE L'ORGANIGRAMMA AZIENDALE (I RISULTATI AZIENDALI NON POSSONO NON ESSERE LEGATI ALLA CULTURA DEI SINGOLI). LE STRUTTURE VERTICALI ORGANIZZATE PER FUNZIONI, ADATTE IN CONTESTI STABILI E CON BASSA INCERTEZZA, VENGONO PROGRESSIVAMENTE SOSTITUITE DA QUELLE ORIZZONTALI, ORGANIZZATE ATTORNO AI PROCESSI DI BUSINESS, PRONTE A SODDISFARE CON RAPIDITA' LE ESIGENZE DI MERCATO, FLESSIBILI E CON UN RIDOTTO NUMERO DI LIVELLI GERARCHICI. L'ORGANIZZAZIONE "PROCESS DRIVEN" COSTITUISCE PERCIO' IL NUOVO

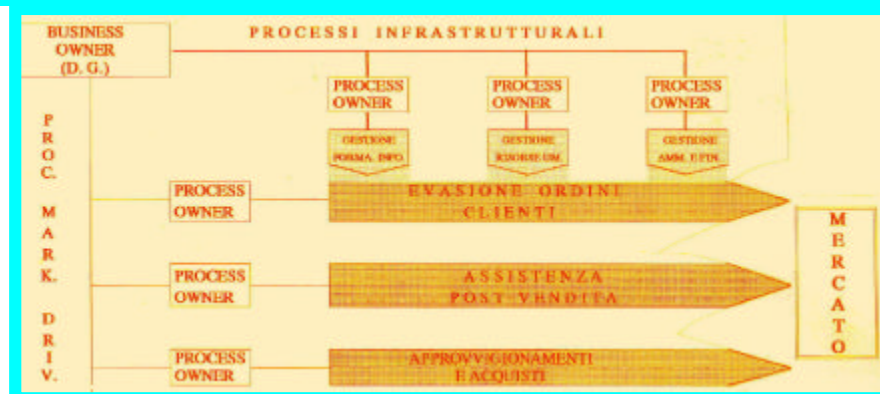
PARADIGMA DI RIFERIMENTO PER LE AZIENDE CHE VOGLIONO SOPRAVVIVERE NEL 21° SECOLO. PER GARANTIRE, PERO', IL SUCCESSO DELL'AZIENDA CON STRUTTURA ORIZZONTALE E' NECESSARIO MODIFICARE RADICALMENTE LA CULTURA DELLE PERSONE CHE VI OPERANO. LE PERSONE AVRANNO POCHI RIFERIMENTI GERARCHICI E FARANNO CARRIERA SOLO SE "IMPARERANNO AD IMPARARE" DOMINANDO COSI' IL CAMBIAMENTO CONTINUO. LE NORME PROCEDURALI/BUROCRATICHE, ANCORA DI CERTEZZE PER LE ATTUALI GENERAZIONI, CEDERANNO IL PASSO A PIU' SINTETICHE LINEE DI INDIRIZZO SUL MODO DI RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI DEL PROCESSO DI APPARTENENZA. L'ORGANIZZAZIONE CLASSICA (A PARTIRE DA ADAM SMITH/1776), PREVEDE LA FRAMMENTAZIONE DEL LAVORO IN ATTIVITA' ELEMENTARI PER ASSEGNARE A SPECIALISTI CIASCUNA DI ESSE. OGNUNA ERA VOLTA AD OTTIMIZZARE IL PROPRIO "TASK", MA IGNARO DI QUALE FOSSE L'OBIETTIVO PIU' AMPIO DELL'AZIENDA ED INCURANTE DEL LIVELLO DI SODDISFAZIONE DEL "CLIENTE". L'ORGANIZZAZIONE TIPO "PROCESS DRIVEN" RAPPRESENTA LA FORMA ORGANIZZATIVA PIU' ADATTA PER CONSEGUIRE LA "MISSION" AZIENDALE, CIOE' LA RAGION D'ESSERE DELL'AZIENDA, CHE ESPRIME LA FINALITA' ULTIMA A CUI OGNI DIPENDENTE DEVE ISPIRARSÌ NELLE PROPRIE ATTIVITA'. IL COSTUME AZIENDALE SARA' PROFONDAMENTE RINNOVATO: NON ESISTERA' PIU' UNA DIMENSIONE BUROCRATICA E VERTICALE DEL POTERE E LA CARRIERA SARA' LEGATA ALLA CAPACITA' DI APPRENDERE DEI SINGOLI: SI AVRA' L'"ORGANIZZAZIONE CHE APPRENDE". QUINDI, STRUTTURE FLESSIBILI E PERSONE CREATIVE. LA "CENTRALITA' DELLE RISORSE UMANE" NON SARA' SOLO UNO SLOGAN ALLA MODA. E' VITALE PUNTARE SUGLI INDIVIDUI, SULLO SVILUPPO DELLE COMPETENZE E DELLA MOTIVAZIONE AD APPRENDERE. PRIMARIA IMPORTANZA AVRA' L'INTERAZIONE FRA LA FORMAZIONE, I SISTEMI INFORMATIVI E DI COMUNICAZIONE AZIENDALE. ELIMINANDO GLI SPRECHI DI TEMPO ED ENERGIE LEGATI AI FLUSSI INTERFUNZIONALI.

=== O ===

L'ORGANIZZAZIONE "PROCESS DRIVEN":

RAPPRESENTAZIONE GRAFICA

DELLA STRUTTURA ORGANIZZATIVA TIPO "PROCESS DRIVEN"



A) PROCESSI MARKET DRIVEN

B) PROCESSI INFRASTRUTTURALI

DALLA RAPPRESENTAZIONE GRAFICA SI EVINCE CHE L'ORGANIZZAZIONE E' BASATA SUI PROCESSI AZIENDALI E NON SULLE FUNZIONI. PERCIO', LA DIMENSIONE PREDOMINANTE E' QUELLA ORIZZONTALE OVE IL "PROCESS OWNER MARKET DRIVEN" HA POTERE GERARCHICO SUL PERSONALE DI PROCESSO. PIU' PRECISAMENTE SI POSSONO DISTINGUERE 2 TIPI DI PROCESSI.

I PROCESSI (A) HANNO L'OBIETTIVO DI SODDISFARE LE ESIGENZE ESPRESSE DAL MERCATO; I (B) SONO ORIENTATI AL SODDISFACIMENTO DEGLI OBIETTIVI DI OTTIMIZZAZIONE INTERNA DELL'AZIENDA ATTRAVERSO LA GESTIONE/PRESIDIO DI AREE COME "RISORSE UMANE", "SISTEMI FORMATIVI-INFORMATIVI", "AMMINISTRAZIONE-FINANZA". IN SINTESI, TALI PROCESSI INTERNI HANNO IL COMPITO DI DEFINIRE GLI "STANDARD-REGOLE-PROCEDURE" DI OPERATIVITA', CONTROLLARNE LA CORRETTA APPLICAZIONE DEL "PERSONALE- PROCESS MARKET"; E TUTTO CIO' IN TERMINI DI INDISPENSABILE SUPPORTO CONSULENZIALE. QUINDI, I "PROCESSI INFRASTRUTTURALI" NON ESERCITANO ALCUNA AUTORITA' GERARCHICO-FUNZIONALE SUI "PROCESSI MARKET DRIVEN" MA SONO DEI "FACILITATORI" E GIAMMAI DELLE "BARRIERE/OSTACOLI" COME, PURTROPPO, SUCCEDA CON I MODELLI ORGANIZZATIVI CLASSICI PER "FUNZIONI". QUESTO APPROCCIO CONSENTE ANCHE DI UTILIZZARE SOCIETA' ESTERNE SPECIALIZZATE (OUT SOURCING) COME "PROCESSI INFRASTRUTTURALI": TALE CONVENIENZA NON E' TRASCURABILE. I "PROCESSI MKT DRIVEN" SONO ORGANIZZATI IN "TEAM" CON A CAPO UN "TEAM COACH" CHE COORDINA L'ATTIVITA' DEI "TEAM MEMBER". IL "TEAM" OPERA PER UN UNICO OBIETTIVO, DA TUTTI CONDIVISO COME "SFIDA", CON "STRUTTURA A MARGHERITA".

IL TEAM APPROVVIGIONAMENTI



OGNI "TEAM MEMBER" DEVE ESSERE IN GRADO DI AVERE TUTTE LE CONOSCENZE CHE IN UNA STRUTTURA PIRAMIDALE SONO DI PERTINENZA DI DIVERSI SPECIALISTI. LA SUA MANSIONE E' VOLTA A SODDISFARE CONCRETAMENTE LE NECESSITA' LEGATE DIRETTAMENTE ALL'OBIETTIVO FINALIZZATO AL "MARKET". IL RESPONSABILE DELLA MISSION AZIENDALE E' IL "BUSINESS OWNER" (D.G./A.D.). OGNI PROCESSO HA UN COORDINATORE/LEADER CHE HA L'AUTORITA' DI GESTIRE CON APPROCCIO IMPRENDITORIALE IL PROCESSO COME SE FOSSE UNA SUA AZIENDA. NON ESISTE PIU' UN "CAPO PATERNALISTICO", OGNI MEMBRO DEL "TEAM" E' RESPONSABILE DEL RAGGIUNGIMENTO DELL'OBIETTIVO DI PROCESSO E NON SOLAMENTE ALL'ESPLETAMENTO DELLA PROPRIA MANSIONE. EGLI E' INTERCAMBIABILE CON GLI ALTRI, SI COSTRUISCE LE PROPRIE PROCEDURE (NON LE SEGUE SOLO); IL PRESTIGIO E L'AUTOREVOLEZZA SI CONQUISTANO

SUL CAMPO TRAMITE IL SUCCESSO COMPLESSIVO DEL "TEAM". LA "LEADERSHIP" NASCE DALLA CAPACITA' DI ESSERE PROATTIVI RISPETTO AL GRUPPO (FUNZIONE DI GUIDA). PERCIO', TUTTI HANNO MAGGIORI RESPONSABILITA' E SONO COSTANTEMENTE INCENTIVATI AD APPRENDERE. E' FISIOLGICA LA RIDUZIONE DEI LIVELLI DI INQUADRAMENTO. L'ORGANIZZAZIONE "PROCESS DRIVEN" SI PUO' CHIAMARE "ORGANIZZAZIONE CHE APPRENDE". ...>>.

2243)

WHITE AND BLACK



2244)

LA FIEREZZA SICILIANA ?

<< . . . E' LA REGIONE IN CUI SI SONO SUCCEDETE E SCONTRATE PIU' CIVILTA': NEL MONDO DI 2500 ANNI FA AGRIGENTO ERA COME LA NEW YORK DI OGGI. E POI, I GRECI, I CARTAGINESI, POI I ROMANI, GLI ARABI, I NORMANNI, I FRANCESI, I CATALANI, I CASTIGLIANI. RISULTATO? IL CARATTERE SICILIANO E' DIVERSIFICATO E COMPLESSO. DIVERSIFICATO PERCHE' I CATANESI SONO DIVERSI DAI PALERMITANI, ANCHE NELLA GESTUALITA'. PERCHE' VI SONO CITTA' COME TAORMINA, ERICE, MARSALA CHE SEMBRANO UN PEZZO DI SVIZZERA E ZONE DI PALERMO CHE SEMBRANO IL CAIRO. INOLTRE, DALLA SICILIA VENGONO LA MAFIA E I GRANDI MAFIOSI CHE HANNO DOMINATO LA MALAVITA AMERICANA E INTERNAZIONALE. MA IN SICILIA NASCONO ANCHE I GRANDI SERVITORI DELLO STATO: MAGISTRATI, PREFETTI, POLIZIOTTI ECCEZIONALI. E' UNA REALTA' STORICA, I SICILIANI SI AFFERMANO IN OGNI CAMPO, SOPRATTUTTO FUORI DELLA SICILIA. SI TROVANO NELLE POSIZIONI PIU' ELEVATE NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE, NELLE UNIVERSITA', NELL'ARTE, NELLA FINANZA, NELLE AZIENDE E NON SOLO IN ITALIA, MA ANCHE ALL'ESTERO. A VOLTE MI VIENE DA PARAGONARLI AGLI EBREI PER LA LORO CAPACITA' D'INIZIATIVA, PER LA LORO CAPACITA' DI AFFERMARSI. DANNO L'IMPRESSIONE DI ESSERE PIU' INTELLIGENTI DEGLI ALTRI. I SICILIANI SONO ANCHE COMPLESSI. INFATTI, A DIFFERENZA DEGLI ALTRI UOMINI, NON HANNO SOLO IL CONSCIO E L'INCONSCIO, MA ANCHE UN'ALTRA SFERA: L'IMMAGINARIO. QUANDO PARLANO A VOLTE SI FA FATICA A DISTINGUERE FRA REALTA' E FANTASIA. E' COME SE PENSASSERO TRE COSE CONTEMPORANEAMENTE. PER QUESTO LE DONNE SICILIANE POSSONO ESSERE SPESSO CONTURBANTI. NON E' VERO CHE SONO

PIU' GELOSI E PASSIONALI DEGLI ALTRI. E' VERO CHE SONO MOLTO ORGOGLIOSI, MOLTO AMBIZIOSI. IL TRADIMENTO DELLA MOGLIE O DELL'AMANTE NON LI FERISCE COME PERDITA AMOROSA, MA COME AFFRONTATO AL LORO ORGOGLIO, AL LORO PRESTIGIO, ALLA LORO DIGNITA'. IL SENTIMENTO DOMINANTE IN SICILIA NON E' L'AMORE, COME A NAPOLI, MA L'ORGOGLIO. LA PASSIONE DOMINANTE NON E' L'AMORE , MA IL POTERE. ... >>.

2245)

BEATI I PRIMI?

<< ... FOLLI COLORO CHE NON CAPISCONO CHE CHI OCCUPA IL PRIMO POSTO RARAMENTE SVOLGE IL PRIMO RUOLO! TALVOLTA IL RE E' GOVERNATO DAL SUO MINISTRO, QUALCHE MINISTRO E' GOVERNATO DAL SUO SEGRETARIO! E CHI E' IL PRIMO ALLORA? SECONDO ME CHI VEDE GLI ALTRI DALL'ALTO E HA LA CAPACITA' O L'ASTUZIA DI IMPIEGARE AL MASSIMO LE LORO FORZE E LE LORO PASSIONI NELLA REALIZZAZIONE DEI PROPRI PIANI. ... >>.

2246)

LA DEMOCRAZIA?

<< ... E' PREVALENZA DI BUON SENSO, NON DELLA FAZIOSITA' E DEL PREGIUDIZIO. ANCHE NON ESSENDO UN CHIMICO, POSSO AVERE UN'OPINIONE SULL'ASPIRINA. PERO', LO CONFESSO, IO NON HO UN PARERE SULLA LEGGE PER LE PENSIONI. E QUESTO NON E' UN ATTO DI VILTA': E' UN ATTO DI BUON SENSO. ... >>.

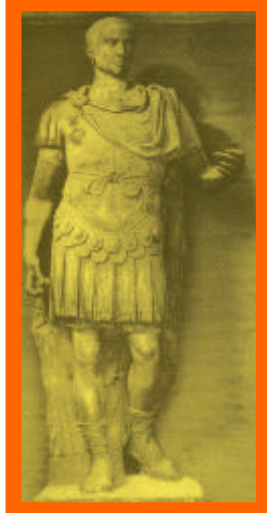
2247)

IL MATRIMONIO?

<< ... NON PUO' PIACERE ALLE PERSONE INTELLIGENTI. DOVEVA ESSERE INVENTATO DA UN MAIALE PRIVO DI IMMAGINAZIONE. PREFERISCO I VIZI SILENZIOSI ALLE VIRTU' PRETENZIOSE. ... >>.

2248)

LA TIRANNIA?



<< ...(CASSIO) - E PERCHE' ALLORA CESARE PUO' FARE IL **TIRANNO?** POVER'UOMO! NON SAREBBE UN LUPO, NE SONO CERTO, SE NEI ROMANI NON VEDESSE CHE PECORE; NON SAREBBE UN LEONE SE I ROMANI NON FOSSERO CHE CERBIATTE. ...>>.

2249)

LE MIGLIORI AZIENDE D'INIZIO 3° MILLENNIO?

<< . . . PROVVEDONO A FORNIRE AL PROPRIO PERSONALE UN'ATTENZIONE E UNA FORMAZIONE PROGRAMMATA E CON VARIA INTENSITA'. IN QUESTI CASI E' PROBABILE CHE L'IMPEGNO AZIENDALE SIA SUFFICIENTE PERCHE' IL CAPITALE UMANO, MANAGERIALE E NON, NON SI DEGRADI. INVESTIMENTI INADEGUATI ACCELERANO I PROCESSI DI DEGRADAZIONE UMANA E RENDONO VULNERABILI SIA L'IMPRESA NEL SUO INSIEME CHE LE PERSONE CHE LA COMPONGONO. ...>>.



2250) << . . . IL MIGLIOR MEZZO PER ROVESCiare UN GOVERNO O UNA LEADERSHIP E' FARNE PARTE. . . >>.

2251)

LA POLITICA SPETTACOLO?

<< . . . E' PRATICATA IN TUTTO IL MONDO E IN TUTTE LE EPOCHE. ANCHE IL COMIZIO E' POLITICA-SPETTACOLO, ANCHE I DISCORSI OCEANICI DI *MUSSOLINI* IN PIAZZA VENEZIA O IL FATTO CHE NELL'ELEGGIBILITA' DI *J.F.KENNEDY* INFLUISSE IL SUO TAGLIO DI CAPELLI. AI TEMPI DEL FASCISMO MIA NONNA DICEVA "PERO', *MUSSOLINI*, CHE BELL'UOMO!". E POI, PER CAPIRE CHE UN ELEMENTO SPETTACOLARE ABBAIA SEMPRE GIOCATO NELLA POLITICA, BASTA LEGGERE L'ORAZIONE DI *MARCANTONIO* IN *SHAKESPEARE*. OPPURE PENSI AL DISCORSO DI *PERICLE* AGLI ATENIESI IN *TUCIDITE*: UN CAPOLAVORO DI "PERSUASIONE . . . TELEVISIVA". ALTRO CHE *BERLUSCONI*! LA POLITICA MAI HA FATTO A MENO DELL'ELEMENTO SPETTACOLARE. CERTO, CHE L'AVVENTO DEL MEZZO TELEVISIVO POSSA INCORAGGIARE L'ASPETTO DEMAGOGICO E' SENZ'ALTRO VERO. . . . >>.

2252) **MALEDIZIONE CINESE?** << . . . VI AUGURO DI VIVERE IN UN'EPOCA INTERESSANTE. . . . >>.

2253)

IL CONSUMATORE DEL NUOVO SECOLO?

<< . . . IL NUOVO CONSUMATORE SI CARATTERIZZA PER UNA MARCATA AUTONOMIA NEI CONFRONTI DELLA PRODUZIONE. LA TRADIZIONALE DIPENDENZA DALLE GRANDI MARCHE SI E' FORTEMENTE ATTENUATA. UNA MAGGIORE MATURITA', L'AMPLIARSI DELL'ORIZZONTE DISTRIBUTIVO, UNA CRESCIUTA SENSIBILITA' AL PREZZO STANNO PROVOCANDO UNA SORTA DI TERREMOTO NEI RAPPORTI TRA IL MONDO DELLA PRODUZIONE E QUELLO DEL CONSUMO. IL NUOVO CONSUMATORE APPARE SEMPRE PIU' ESIGENTE E SELETTIVO. NON HA ALCUNA OSTILITA' PRECONCETTA NEI CONFRONTI DELLE IMPRESE PRESENTI NEL MERCATO. EGLI SOTTOPONE A CONTINUE VERIFICHE L'IDONEITA' DELLE SCELTE, RIFIUTANDO PREGRESSE E ACRITICHE

MANIFESTAZIONI DI FEDELTA'. IL CONSUMATORE DEL " 2000 " SI VA QUALIFICANDO COME UN COMPRATORE: DIVIENE SEMPRE PIU' UN VERO PROFESSIONISTA DELL'ACQUISTO, COSTRUIENDOSI DEI PROPRI, PERSONALISSIMI ITINERARI RIESCE A SODDISFARE SEMPRE MEGLIO LE PROPRIE ESIGENZE, VALORIZZANDO IL RAPPORTO PREZZO/QUALITA'. ORMAI LE SUE SCELTE AVVENGONO DI VOLTA IN VOLTA NELL'AMBITO DELLE ALTERNATIVE CHE IL MERCATO OFFRE. E SE IL PRODOTTO NON HA ORIGINI CULTURALI, FINALITA' IN LINEA CON I BISOGNI REALI DELL'INDIVIDUO E DELL'AMBIENTE, COERENZA CON UNA MIGLIORE QUALITA' DELLA VITA, L'IMPRESA RISCHIA DI SCOMPARIRE. ... >>.

2254)

CHI SONO I "BIG SPENDERS" DEL 3° MILLENNIO?



<< ... HANNO GIA' UN NOME: "YETTIES", ACRONIMO DI "YOUNG ENTREPRENEURIAL TECH BASED", RAPPRESENTANO UN TARGET EMERGENTE CORRISPONDENTE, OGGI, ALL'8% DELLA POPOLAZIONE ITALIANA, SONO PERSONE PIUTTOSTO GIOVANI, TRA I 30 E I 45 ANNI, SESSO PREVALENTEMENTE MASCHILE (PERO' LE DONNE, PIU' ENERGIICHE, DETERMINATE E CON LE IDEE PIU' CHIARE, STANNO AVANZANDO CON PREPOTENZA), BUONA SCOLARIZZAZIONE, IRRIMEDIABILMENTE SINGLES. SONO INDIVIDUI CON REDDITO MEDIO ANNUO FINO A 350 MILA EURO LORDI. MEDIAMENTE, OGNI MESE HANNO 1000 EURO IN TASCA DA SOTTRARRE AL PROPRIO STIPENDIO E DA DEDICARE ALLO SHOPPING. USANO CON GRANDE DISINVOLTURA LE CARTE DI CREDITO. ... HANNO UNA CAPACITA' DI SPESA CHE SATURA IL 70% DEGLI ARTICOLI DI LUSO: CIOE' UN MERCATO COSTITUITO DA 40 MILIONI DI EURO.

SEGNI PARTICOLARI?

INVESTONO MOLTO NEGLI **ACQUISTI VOLUTTUARI**. ... INSOMMA, SONO **CONSUMATORI PERFETTI**, ... **NON CURANO MOLTO IL CONCETTO DI FEDELTA' A UN MARCHIO** (AL 55% NON PIACCIONO LE CARTE DI FEDELTA', IL 29% NE HA 1 E IL 16% NE HA 2 O DI PIU'). HANNO GUSTI E PREFERENZE PRECISE, **SONO MODAIOLI** E PROFONDAMENTE **EDONISTI**,

SONO DINAMICI E AMANTI DELL'INNOVAZIONE

(SONO ANCHE MITOMANI DELLA TECNOLOGIA E NE HANNO GRANDE

DIMESTICHEZZA), SONO SOFISTICATI E IN CERCA DI BENESSERE. ESSI PRETENDONO L'ALTA QUALITA' COME MUST, NON SONO SPAVENTATI DAL PREZZO, SONO CONTRO LE STANDARDIZZAZIONI NELLA MODA MA ANCHE NEL PACKAGING, DETESTANO IL MASS MARKET, AMANO LA PUBBLICITA' SU CARTA STAMPATA (APPREZZANDO DI PIU' IL "BELOW THE LINE" E MENO L'"ADVERTISING" TRADIZIONALE), GUARDANO POCO LA TELEVISIONE, E, COMUNQUE, PREFERISCONO LA "SECONDA SERATA". ESSI AMANO TRATTARSI BENE ANCHE NELLA QUOTIDIANITA': NEL BEVERAGE PREFERISCONO I SAPORI DECISI, NEL FOOD APPREZZANO I PRODOTTI TIPICI, LE PIETANZE ESOTICHE E IL "BIOLOGICO". SPENDONO MOLTO NELLA CURA DEL CORPO E SONO ABBASTANZA OSSESSIONATI DALLA SALUTE DA APPREZZARE I PRODOTTI CHE RITENGONO CHE POSSANO AUMENTARE IL LORO BENESSERE PSICO-FISICO. ESSI SONO CONSUMATORI/CLIENTI DIFFICILI. PER ALTRO NON APPREZZANO SIA L'OFFERTA COMMERCIALE TROPPO DECLINATA AL FEMMINILE, SIA LE OFFERTE CHE RICORDANO TROPPO IL LORO ESSERE SINGLES O LA MANCANZA DI UNA FAMIGLIA, ANCHE NEL FOOD (PER ES.: VEDERE IL SUCCESSO DELLA LINEA "THAT'S AMORE DI FINDUS"). QUESTI SHOPPERS CERCANO PROPOSTE ATTRAENTI, CURIOSI, CON FORTE PERSONALITA' POICHE' SONO ALLA RICERCA DI DESIDERI IN GRADO DI STIMOLARE LA LORO CREATIVITA', IL "CAMBIAMENTO" IL DESIDERIO DI VIVERE. DI SOLITO, HANNO RITMI E ORARI DI LAVORO SERRATI/IMPOSSIBILI; PERCIO' PRETENDONO DI FARE SHOPPING NEGLI ORARI PROLUNGATI DEI NEGOZI. SENZA DIMENTICARE CHE TALE TARGET ACQUISTA SEMPRE PIU' ANCHE TRAMITE *INTERNET* (HANNO UN AMORE SPASSIONATO PER LA RETE) ARRIVANDO A ORDINARSI LA CENA, COMPRARSI L'ULTIMO BEST-SELLER, CONFEZIONARSI UN ABITO ONLINE, ACQUISTARE UN PACCHETTO VIAGGIO/VACANZE, ECC . ESSI CAMBIANO SPESSO I LORO BENI, DALL'AUTO AL CELLULARE, AGLI OCCHIALI, AGLI OROLOGI; E MOLTI DEI LORO ACQUISTI SONO D'IMPULSO . . . >>.

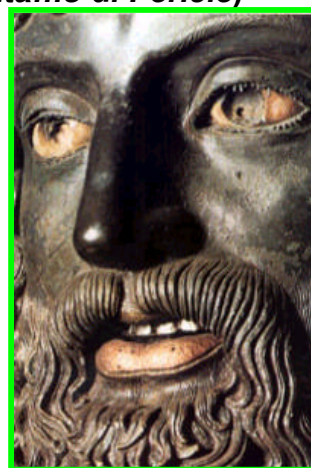
2255)

UN DISCORSO DA LEADER NEL " 400 A.C." ?

(Tucidide: Discorso-Epittaffio di Pericle)



PERICLE



BRONZO DI RIACE

<< . . . LA MAGGIOR PARTE DI COLORO CHE HANNO PARLATO DA QUESTA TRIBUNA LODANO CHI AGGIUNSE AL RITO IL COSTUME DI QUESTO ELOGIO: PAR LORO BELLO CHE LO SI PRONUNZI SUI CADUTI IN GUERRA. A ME INVECE SAREBBE PARSO SUFFICIENTE CHE UOMINI RIVELATISI VALOROSI NELL'OPERARE SI ONORASSERO CON LE OPERE, COME VEDETE ADESSO IN

QUESTE ESEQUIE PREPARATE DALLO STATO, E CHE LA GLORIA DI MOLTI NON DIPENDESSE DALL'ELOQUENZA PIU' O MENO EFFICACE DI UNO SOLO. E' DIFFICILE COGLIERE IL TONO GIUSTO IN UNA CIRCOSTANZA IN CUI, ANCHE CHI CONOSCE LA VERITA', DURA FATICA A IMPRIMERLA NEGLI ALTRI. L'UDITORE INFORMATO E BENEVOLO POTREBBE TROVARE LE PAROLE INSUFFICIENTI A CIO' CH'EGLI SI ASPETTA E CONOSCE: MENTRE CHI NON SA, PUO', PER INVIDIA, VEDERVI DELL'ESAGERAZIONE, SE ODE COSE CHE LO SORPASSANO. CHE' LE LODI SONO SOPPORTABILI FINO AL SEGNO IN CUI CIASCUNO SI RITIENE CAPACE DI COMPIERE CIO' DI CUI SENTE PARLARE: POI SUBITO GLI UOMINI INVIDIANO E NON CREDONO CIO' CHE LI SORPASSA. MA POICHE' GLI ANTICHI HANNO ONORATO QUESTA CONSUETUDINE, ANCH'IO DEVO SEGUIRLA, CERCANDO DI SODDISFARE QUANTO POTRO' ALLA VOSTRA VOLONTA' E ALLA VOSTRA ASPETTATIVA. COMINCERO' DAGLI ANTENATI: GIUSTIZIA VUOLE CHE IN TALE OCCASIONE ESSI RICEVANO IL TRIBUTO DEL RICORDO. NEL SUCCEDERSI DELLE GENERAZIONI, ABITANDO SEMPRE ED IMMUTABILMENTE QUESTA TERRA, CON IL VALORE CE L'HANNO CONSERVATA LIBERA. E SE ESSI SONO DEGNI D'ELOGIO, ANCORA PIU' LO SONO I NOSTRI PADRI. OLTRE QUEL CHE AVEVANO EREDITATO, ESSI, NON SENZA TRAVAGLIO, TRASMISERO A NOI TUTTO QUESTO DOMINIO. E NOI CHE ADESSO SIAMO ANCORA NEL VIGORE DEGLI ANNI, ACCRESCEMMO LA MAGGIOR PARTE DI QUESTO DOMINIO, E ATTREZZAMMO LA CITTA' PER LA PACE E PER LA GUERRA, IN GRADO DI PROVVEDERE PIENAMENTE A SE STESSA. NON PARLERO' DELLE IMPRESE DI GUERRA, E DI QUANTO CON CIASCUNA FU ACQUISTATO SIA DA NOI, SIA DAI PADRI, RINTUZZANDO GAGLIARDAMENTE IL BARBARO O L'ELLENO CHE CI MUOVEVA GUERRA: NON VOGLIO ESSERE PROLISSO CON CHI CONOSCE I FATTI. MA PRIMA DI PASSARE ALL'ELOGIO DI QUESTI MORTI DIMOSTRERO' CON QUALI SPIRITI NOI SIAMO GIUNTI A QUESTA POTENZA, CON QUALE COSTITUZIONE E CON QUALI COSTUMI ESSA E' DIVENTATA GRANDE. CREDO NON INOPPORTUNO PARLARE DI TALE ARGOMENTO IN QUESTA CIRCOSTANZA, E CHE TUTTA LA FOLLA DEI CITTADINI E DEGLI STRANIERI GIOVI ASCOLTARLO. LA NOSTRA COSTITUZIONE NON CALCA L'ORMA DI LEGGI STRANIERE. NOI PIUTTOSTO SIAMO D'ESEMPIO AGLI ALTRI SENZA IMITARLI. IL SUO NOME E' DEMOCRAZIA, PERCHE' AFFIDIAMO LA CITTA' NON AD UN'OLIGARCHIA, MA A UNA PIU' VASTA CERCHIA DI CITTADINI; MA IN REALTA' LE SUE LEGGI DANNO A TUTTI INDISTINTAMENTE I MEDESIMI DIRITTI NELLA VITA PRIVATA; E PER QUANTO RIGUARDA GLI ONORI OGNUNO VIEN PRESCELTO SECONDO LA FAMA CHE GODE, NON PER L'APPARTENERE ALL'UNO O ALL'ALTRO PARTITO A PREFERENZA DEL VALORE. NE' AVVIENE CHE LA POVERTA' OFFUSCHI IL PRESTIGIO E ARRESTI LA CARRIERA DI CHI PUO' RENDERE BUONI SERVIGI ALLA CITTA'. LIBERA SI SVOLGE LA VITA POLITICA DELLA NOSTRA CITTA', E CHE QUANTO A QUEL SOSPETTOSO INQUISIRE NELLE QUOTIDIANE ABITUDINI DEI CONCITTADINI, NON CI SI IRRITA COL VICINO, SE ANCHE IN QUALCHE COSA SI COMPORTA A PIACER SUO, NE' LO SI RATTRISTA CON DISPETTOSO CIPIGLIO, PUR SENZA COLPIRLO DIRETTAMENTE. SENZA ALCUNA COSTRIZIONE NELLA VITA PRIVATA, NEI RAPPORTI PUBBLICI, NON TRASGREDIAMO LA LEGGE SOPRATTUTTO PER REVERENZA VERSO DI ESSA: UBBIDENDO AI MAGISTRATI IN CARICA E ALLE DIVERSE LEGGI, SPECIALMENTE A QUANTE PROTEGGONO GLI OFFESI E A QUANTE, SENZA ESSERE SCRITTE, RECANO COME UNIVERSALE SANZIONE IL DISONORE. NON SOLO, MA ABBIAMO PROCURATO ALLO SPIRITO NUMEROSISSIMI SVAGHI DALLE FATICHE, CON LA CONSUETUDINE DI GARE E DI FESTE RELIGIOSE DURANTE TUTTO L'ANNO, E CON ELEGANTI CASE PRIVATE, IL CUI GODIMENTO GIORNALIERO METTE IN FUGA LA

TRISTEZZA. INOLTRE LA GRANDEZZA DELLA NOSTRA CITTA' E' TALE CHE DA TUTTA LA TERRA VI AFFLUISCE OGNI COSA, E COL GODIMENTO CHE NE PRENDIAMO RIVENDICHIAMO PER NOI CIO' CHE DI BUONO LE ALTRE PARTI DEL MONDO PRODUCONO, NON MENO DI CIO' CHE CI DA' IL NOSTRO PAESE. QUANTO AL PRATICO ESERCITARSI PER LA GUERRA, ECCO IN CHE DIFFERIAMO DAGLI AVVERSARI. LA NOSTRA CITTA' E' APERTA A TUTTI, NE' MAI, CON LE ESPULSIONI DEGLI STRANIERI, ESCLUDIAMO NESSUNO DALL'APPRENDERE O DALL'ESAMINARE COSA, DALLA CUI CONSIDERAZIONE, SE NON GLI E' IMPEDITA, QUALCHE NEMICO POTREBBE AVVANTAGGIARSI. NOI NON FIDIAMO NELLA TECNICA O NELLA SCALTREZZA DEI PREPARATIVI, MA PIU' NELL'INNATO CORAGGIO CHE SI RIVELA SUL CAMPO. IN FATTO DI EDUCAZIONE I NOSTRI AVVERSARI FIN DALLA PUERIZIA CERCANO CON FATICOSO ALLENAMENTO UNA SUDATA INTREPIDEZZA. NOI VIVIAMO CON ABBANDONO LA VITA, EPPURE PER NULLA MENO DI LORO SAPPIAMO AFFRONTARE UNA LOTTA A PARI CONDIZIONI. ECCO LA PROVA: SPARTA MUOVE CONTRO LA NOSTRA TERRA NON SOLA, MA CON TUTTI GLI ALLEATI .

.....
EPPURE SE NOI PREFERIAMO PREPARARCI ALLA LOTTA PIUTTOSTO CON NONCURANZA SERENA, ANZICHE' CON FATICOSO ESERCIZIO, ASSISTITI DA UN CORAGGIO CHE NON E'IMPOSTO DALLA LEGGE, MA ISPIRATO DAL NOSTRO MODO DI VIVERE, NE RISULTA PER NOI IL VANTAGGIO DI NON STANCARCI ANZI TEMPO PER L'INCUBO DEL FUTURO, E CHE QUANDO SI PRESENTANO GLI STRAPAZZI NON DIMOSTRIAMO MINOR RESISTENZA DI QUELLI, LA CUI VITA E' TUTTA UN DURO TIROCINIO.

.....
L'AMORE DEL BELLO NON CI INSEGNA LO SFARZO, NE' LA CULTURA CI INFIACCHISCE. LA RICCHEZZA E' PER NOI STIMOLO DI ATTIVITA', NON MOTIVO DI SUPERBIA LOQUACE. E QUANTO ALLE RISTRETTEZZE DELLA POVERTA', E' UMILIANTE PRESSO DI NOI NON IL CONFESSARLE, MA PIUTTOSTO IL NON SAPERLE SUPERARE LAVORANDO.

.....
ANCHE NEL RIVELARE NOBILTA' D'ANIMO VERSO GLI ALTRI NOI SEGUIAMO UN MODO OPPOSTO AI PIU': CERCHIAMO LE AMICIZIE NON RICEVENDO, MA OFFRENDO BENEFICI.

.....
DEGNI GUERRIERI DI ATENE. ... VOI DOVETE OSSERVARE GIORNO PER GIORNO LA POTENZA DELLA PATRIA NEI SUOI EFFETTI CONCRETI, INNAMORARVENE, E, RICOCOSCIUTANE LA GRANDEZZA, RIFLETTETE CHE L'HANNO CREATA UOMINI DI CORAGGIO, D'INTUITO PRONTO, DI ONESTA CONDOTTA, E CHE, SE TALVOLTA FALLIVANO AL SEGNO, CERTO NON SI PERMETTEVANO DI FRODARE LA PATRIA DEL PROPRIO VALORE, MA GLIENE FACEVANO SACRIFICIO. TRIBUTO FULGIDISSIMO: PERCHE' DANDO LA VITA ALLA CAUSA COMUNE ACQUISTAVANO PER SE' GLORIA IMMORTALE E LA TOMBA PIU' INSIGNE: ... LA TERRA INTERA E' TOMBA DEGLI UOMINI ILLUSTRATI, E NON E' UNICO RICORDO L'ISCRIZIONE SULLA STELE IN PATRIA; MA LA MEMORIA NON SCRITTA DELL'ANIMO, VIVE IN CIASCUNO OPEROSA, ANCHE OLTRE I CONFINI, PIU' DI UN MONUMENTO.

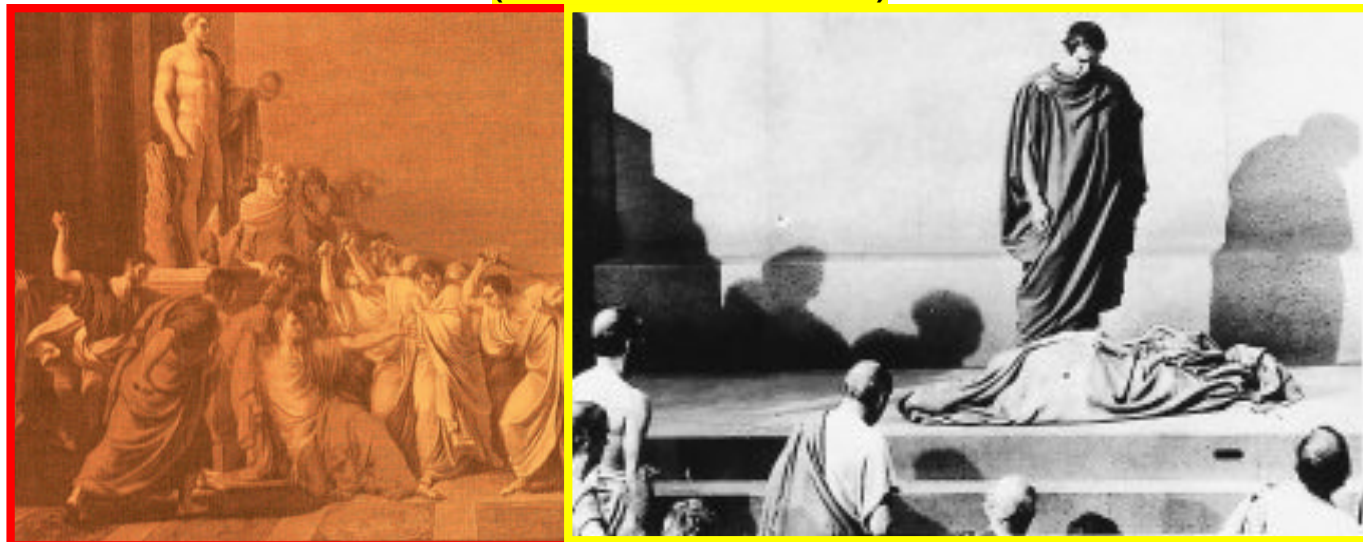
.....
E VOI CHE SIETE ANZIANI, CONSIDERATE UN GUADAGNO IL VOSTRO FELICE E PIU' LUNGO PASSATO; PENSATE CHE IL RESTO SARA' BREVE, E LA GLORIA DI QUESTI VI CONSOLI. SOLO IL DESIDERIO DI ONORE NON INVECCHIA, E NELL'ETA'

TARDA NON ALLETTA MAGGIORMENTE IL LUCRO COME ALCUNI DICONO, MA L'ESSERE ONORATI.

...
SE DEVO ANCHE PARLARE DELLA VIRTU' FEMMINILE, DI QUANTE RIMARRANNO VEDOVE, ESPRIMERO' TUTTO IN BREVE ESORTAZIONE. GRANDE ONORE E' PER VOI NON DIMOSTRARVI INFERIORI AI LIMITI DEL SESSO E FAR SI' CHE DI VOI SI PARLI QUANTO MENO E' POSSIBILE, IN BENE O IN MALE, TRA GLI UOMINI. ... >>

2256)

UN DISCORSO DA LEADER " **ALLE IDI DI MARZO DEL 44 A.C."?** *(Discorso di Marcantonio)*



ASSASSINIO DI GIULIO CESARE **IL DISCORSO DI ANTONIO / BRANDO**

<< ... AMICI, ROMANI, CONCITTADINI, PRESTATEMI I VOSTRI ORECCHI. IO VENGO A SEPPELLIRE CESARE, NON A DIRNE L'ELOGIO. IL MALE CHE GLI UOMINI FANNO, VIVE DOPO DI LORO, IL BENE E' SPESSO SOTTERRATO CON LE LORO OSSA. COSI' SIA DI CESARE. IL NOBILE BRUTO VI HA DETTO CHE CESARE ERA AMBIZIOSO.

SE COSI' FOSSE, ERA UNA GRAVE COLPA, E GRAVEMENTE CESARE L'HA ESPILIATA. QUI, COL PERMESSO DI BRUTO E DEGLI ALTRI - PERCHE' BRUTO E' UN UOMO D'ONORE, E TALI SONO TUTTI, TUTTI UOMINI D'ONORE - IO VENGO A PARLARE AL FUNERALE DI CESARE. EGLI ERA MIO AMICO, FEDELE E GIUSTO CON ME; MA BRUTO DICE CH'EGLI ERA AMBIZIOSO, E BRUTO E' UN UOMO D'ONORE. EGLI HA PORTATO IN PATRIA, A ROMA, MOLTI PRIGIONIERI, IL CUI RISCATTO HA COLMATO IL PUBBLICO ERARIO. PARVE QUESTO IN CESARE UN ATTO AMBIZIOSO?

QUANDO I POVERI HANNO PIANTO, CESARE HA PIANTO: L'AMBIZIONE DOVREBBE ESSERE FATTA DI STOFFA PIU' DURA; PURE BRUTO DICE CH'EGLI ERA AMBIZIOSO, E BRUTO E' UN UOMO D'ONORE. VEDESTE TUTTI CHE ALLA FESTA DEI LUPERCALI TRE VOLTE IO GLI PRESENTAI UNA CORONA REGALE, E TRE VOLTE EGLI LA RIFIUTO'. ERA AMBIZIONE QUESTA? PURE BRUTO DICE CH'EGLI ERA AMBIZIOSO, E, DI CERTO, BRUTO E' UN UOMO D'ONORE. IO NON PARLO PER CONFUTARE LE PAROLE DI BRUTO, MA SONO QUI PER DIRE CIO' CHE SO. VOI TUTTI L'AMAVATE UNA VOLTA, NON SENZA CAUSA. QUALE CAUSA VI TRATTIENE ORA DAL PIANGERLO? O DISCERNIMENTO, TU TI SEI RIFUGIATO TRA LE BESTIE BRUTE, E GLI UOMINI HANNO PERSO LA RAGIONE. ABBIATE PAZIENZA CON ME: IL

MIO CUORE E' LI' NELLA BARA CON CESARE, ED IO DEBBO ASPETTARE CHE Torni A ME. . . .

.....

. . . ANCORA IERI LA PAROLA DI CESARE AVREBBE POTUTO LEVARSI CONTRO IL MONDO; ORA EGLI GIACE LI' E NESSUNO E' TANTO UMILE DA INCHINARSI A RENDERGLI ONORE. O SIGNORI, SE IO VOLESSI ISTIGARE I VOSTRI CUORI E I VOSTRI ANIMI ALLA RIVOLTA E AL FURORE, FAREI TORTO A BRUTO E TORTO A CASSIO, I QUALI, SAPETE TUTTI, SONO UOMINI D'ONORE. IO NON FARO' TORTO A LORO; PREFERISCO FAR TORTO AL MORTO, FARE TORTO A ME STESSO E A VOI PIUTTOSTO CHE FARE TORTO A UOMINI COSI' RISPETTABILI. MA QUI C'E' UNA PERGAMENA COL SIGILLO DI CESARE; L'HO TROVATA NEL SUO STUDIO: E' IL SUO TESTAMENTO. SE IL POPOLO UDISSE SOLTANTO QUESTO TESTAMENTO, CHE, PERDONATEMI, IO NON INTENDO LEGGERE, TUTTI CORREREBBERO A BACIARE LE FERITE DI CESARE MORTO, E IMMERGEREBBERO I LORO FAZZOLETTI NEL SUO SACRO SANGUE, SI'! CHIEDEREBBERO UN CAPELLO PER RICORDO DI LUI E, MORENDO, NE FAREBBERO MENZIONE NEI LORO TESTAMENTI, LASCIANDOLO COME RICCO LEGATO AI LORO DISCENDENTI. . . . >>.

2257)



**> DURERA' L'EUROPA ?
 > RIUSCIRA' L'EUROPA A SUPERARE LA
 TENTAZIONE DEI PAESI PIU' FORTI
 (VEDI FRANCIA & GERMANIA)
 DI PREVALERE SUI PIU' PICCOLI E
 SOPRATTUTTO SUGLI ULTIMI ARRIVATI ?**

Paesi	Popol. in milioni	Voti nel Consiglio Europeo	Commissionari
Germania	82,0	10	2
Gran Bretagna	59,2	10	2
Francia	58,9	10	2
Italia	57,6	10	2
Spagna	39,4	8	2
Olanda	15,8	5	1
Grecia	10,5	5	1
Belgio	10,2	5	1
Portogallo	9,9	5	1
Svezia	8,9	4	1
Austria	8,0	4	1
Danimarca	5,3	3	1
Finlandia	5,1	3	1
Irlanda	3,7	3	1
Lussemburgo	0,4	2	1

QUESTO E' IL PESO DEGLI ATTUALI 15 PAESI U.E.

<< . . . NEL 1992 A MAASTRICHT SI LANCIÒ L'UNIFICAZIONE MONETARIA COME RISPOSTA DELL'EUROPA ALLA CADUTA DEL MURO DI BERLINO. NEL 2001 OCCORRE DECIDERE SULL'ALLARGAMENTO DELL' U.E. AI PAESI EX COMUNISTI. DIECI ANNI DOPO MAASTRICHT LO SCENARIO E' CAMBIATO. LA LOGICA DELLE “

POTENZE “, RETAGGIO CULTURALE DELLA “ GUERRA FREDDA “, E’ STATA SEPELLITA DALLA “ GLOBALIZZAZIONE “.GLI U.S.A. DOMINANO IL MONDO, PIU’ CHE CON I MISSILI E LE PORTAEREI, CON IL DOLLARO E L’ALTA TECNOLOGIA. LA STESSA RUSSIA CERCA DI COMPETERE SULLO STESSO CAMPO. L’ U.E. PUO’ ASPIRARE A UN RUOLO E A UNA IDENTITA’ SOLTANTO AGENDO COME UN UNICUM, PRESENTANDO ALL’ESTERNO DEI VALORI COMUNI E GOVERNANDOSI IN MODO COLLETTIVO. DIRITTI DI VETO DEI PAESI PIU’ FORTI COME LA FRANCIA O GRAN BRETAGNA O LA PRETESA DELLA GERMANIA DI AVERE RICONOSCIUTO UN PESO CORRISPONDENTE ALLA PROPRIA DIMENSIONE DEMOGRAFICA RIVELANO SOLO LA DIFESA DI PICCOLI EGOISMI DI RETROGUARDIA RENDENDO IMPOSSIBILE IL GOVERNO DELL’EUROPA. SUPERARE CON BUON SENSO QUESTI EGOISMI PUO’ ESSERE UNA MEDICINA PARTICOLARMENTE AMARA CERTAMENTE PER ALCUNI PAESI CHE VORREBBERO SALVARE ANCORA L’IDENTITA’ GLORIOSA DI STATI NAZIONE, MA E’ L’UNICA MEDICINA IN GRADO DI SALVARE IL FUTURO DELL’EUROPA. QUALE SARA’ PERCIO’ NEL 2001 IL NUMERO DEI VOTI ATTRIBUITI A CIASCUN PAESE IN SENO AL CONSIGLIO D’EUROPA? QUALE SARA’ LA COMPOSIZIONE DELLA COMMISSIONE EUROPEA? ... >>.

2258)

NARCISISMO



2259) **UN DISCORSO DA LEADER DEL 3° MILLENNIO?**

(Berlusconi: dal discorso di insediamento al governo d'Italia)

<< ... IL NOSTRO E’ UN PAESE DI STRAORDINARIA VITALITA’, CAPACE DI SLANCI MIRACOLOSI, CHE STUPISCONO IL MONDO, E DI GIOIA DI VIVERE. DA QUALCHE TEMPO, LE DIFFICOLTA’ DELLA POLITICA, LA CRISI DELLE CLASSI DIRIGENTI E UN CERTO CLIMA DI SFIDUCIA HANNO INTRODOTTI IN ITALIA UNA DOSE DI PESSIMISMO E DI SCETTICISMO UNIVERSALE CHE RISCHIA DI TRASFORMARSI IN UN SOTTILE E LETALE VELENO.

IL NOSTRO SPIRITO E' QUELLO DI ROVESCIARE QUESTA SITUAZIONE, IL NOSTRO STATO D'ANIMO E' QUELLO DI PERSONE CHE, ESPERTE PIU' DELLA VITA E DELLE SUE DUREZZE CHE NON DELLE MALIZIE DELLA POLITICA DI PALAZZO, SANNO TUTTAVIA CHE LE ISTITUZIONI E LO STATO SONO LA CASA IN CUI SI SPECCHIA LA SOCIETA'. ANCHE IO, COME ALTRI PRIMA DI ME, HO FATTO UN SOGNO: IL SOGNO DI RENDERE PERFETTAMENTE TRASPARENTE QUESTA CASA E DI RESTITUIRE ALLA SOCIETA' CIVILE, DA CUI TANTA PARTE DEI NUOVI PARLAMENTARI E GOVERNANTI PROVENGONO, QUELLO SLANCIO, QUELLA VITALITA' E QUELLA CREATIVITA' CHE SONO IL VERO, GRANDE PATRIMONIO GENETICO DELLE GENTI ITALIANE.

PER TAGLIARE QUESTO TRAGUARDO IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO HA BISOGNO DEL VOSTRO AIUTO, DEL SOSTEGNO DELLA MAGGIORANZA E DEL CONTROLLO SEVERO DELLE OPPOSIZIONI; MA IL PAESE HA ANCHE UN FORTE E VORREI DIRE DISPERATO BISOGNO DI RITROVARE INTATTA LA SUA NATURA VOLITIVA E CAPARBIA, IL SUO GUSTO DELLA SFIDA E DELL'ESPLORAZIONE DELLE COSE NUOVE, IL PIACERE DI SCONFIGGERE DOVUNQUE SI ANNIDINO LE CATTIVE TENTAZIONI DELLA PAURA, DELL'INVIDIA E DELLA FAZIOSITA'. IL MIO OBIETTIVO DI GOVERNO RESTA QUELLO CHE MI HA SPINTO AD ABBRACCIARE LA POLITICA E L'IMPEGNO CIVILE DIRETTO. CREDO IN UNA GRANDE IMPRESA COLLETTIVA, IN UNA GRANDE AVVENTURA CHE HA BISOGNO DI FUOCO E DI FEDE MORALE. CREDO CHE SI POSSA SOGNARE, A OCCHI BEN APERTI, LA REALTA' CHE VIENE, IL FUTURO.

CREDO CHE POTREMO COSTRUIRE UN'ITALIA PIU' GIUSTA, PIU' GENEROSA E PIU' SOLLECITA VERSO CHI HA BISOGNO E CHI SOFFRE, IN'ITALIA PIU' MODERNA E PIU' EFFICIENTE, PIU' PROSPERA E SERENA, PIU' ORDINATA E SICURA. SONO ASSOLUTAMENTE CONVINTO CHE, CON L'AIUTO DI DIO E DEGLI UOMINI CE LA FAREMO. VI RINGRAZIO. ... >>.

2260)

ESTASI GIAPPONESE



2261) LABOR OMNIA VINCIT IMPROBUS: *UNA FATICA TENACE SUPERA TUTTE LE DIFFICOLTA'*.

2262)

L'AZIENDA DEL 21° SECOLO?

<< 1/2 X 2 X 3 >>

<< . . . SEMBREREBBE CHE IL CUORE, IL NOCCIOLINO DURO DEL MONDO DEL BUSINESS SIA COSTITUITO DA PERSONE CHE LAVORANO MOLTISSIMO E CHE OPERANO IN ORGANIZZAZIONI ECONOMICHE DI AZIENDE CHE IN POCHI ANNI HANNO:

- DIMEZZATO IL PERSONALE
- RADDOPPIATO GLI STIPENDI DEI POCHI RIMASTI SEMPRE PIU' RESPONSABILIZZATI E PREPARATI
- TRIPLICATA LA PRODUZIONE GRAZIE ALLE SINERGIE, L'OTTIMIZZAZIONE, LA MAGGIORE EFFICIENZA.

CHI LAVORA IN QUESTO NOCCIOLINO DURO E' SOTTOPOSTO AD UNA PRESSIONE CRESCENTE. UNA VOLTA SI CALCOLAVA CHE L'UOMO LAVORASSE 100 MILA ORE NELLA SUA VITA. CIRCA 2 MILA ORE DI LAVORO L'ANNO IN POCO MENO DI 50 ANNI. OGGI CHI OPERA NEL CUORE DELL'ECONOMIA LAVORA PIU' O MENO LO STESSO NUMERO DI ORE MA IN MENO TEMPO: MOLTI A 50 ANNI SENTONO IL BISOGNO DI RITIRARSI O DI USCIRE DA QUESTO NOCCIOLINO DURO. MA, TUTTO CIO' E' PROPRIO INDISPENSABILE PER COSA E PER CHI? . . . >>.

2263)

I DATI DEL SISTEMA FISCALE IN ITALIA ALLA FINE DEL 20° SECOLO

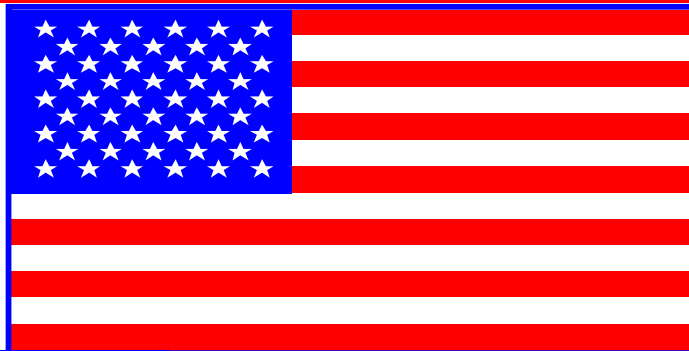
REGIONE	POPOLAZIONE	N° CONTRIB. PREVISTO	GETTITO PREVISTO In milioni £	N° CONTR. IN REGOLA	GETTITO EFFETT. in milioni £	N° EVASORI	GETTITO MANCA. in milioni £	EVASORI / CONTRIBUE. in %
■ Piemonte	4.290.412	1.119.905	95.192	894.282	76.014	225.623	19.178	20,1
■ Valle d'Aosta	195.397	30.012	2.551	29.200	2.482	812	69	2,7
■ Lombardia	8.831.264	2.305.835	195.996	2.233.870	189.879	71.965	6.117	3,1
■ Provincia Bolzano	439.356	114.247	9.711	96.223	8.179	18.024	1.532	15,7
■ Provincia Trento	447.556	116.376	9.892	97.823	8.315	18.553	1.577	15,9
■ Veneto	4.363.157	1.134.565	96.438	818.835	69.601	315.730	26.837	27,8
■ Friuli	1.193.520	308.647	26.235	252.776	21.486	55.871	4.749	18,1
■ Liguria	1.668.078	439.917	37.393	331.847	28.207	108.070	9.186	24,5
■ Emilia Romagna	3.899.170	1.011.717	85.996	991.447	84.273	20.270	1.722	2
■ Toscana	3.510.114	915.259	77.797	687.870	58.469	227.389	19.328	24,8
■ Umbria	804.054	212.294	18.045	134.953	11.471	77.341	6.574	36,4
■ Marche	1.427.666	370.165	31.464	240.505	20.443	129.660	11.021	35
■ Lazio	5.031.230	1.340.176	113.915	1.082.353	92.000	257.823	21.915	19,2
■ Abruzzo	1.243.690	328.612	27.932	158.658	13.486	169.954	14.446	51,7
■ Molise	327.893	86.753	7.374	36.352	3.090	50.401	4.284	58
■ Campania	5.589.587	1.515.400	128.809	467.670	39.752	1.047.730	89.057	69,1
■ Puglia	3.986.430	1.053.635	89.559	372.564	31.668	681.071	57.891	64,6
■ Basilicata	605.940	160.765	13.665	55.776	4.741	104.989	8.924	65,3
■ Calabria	2.037.686	548.553	46.627	166.317	14.137	382.236	32.490	69,7
■ Sicilia	4.961.383	1.340.447	113.938	439.141	37.327	901.306	76.611	67,2
■ Sardegna	1.637.705	429.082	36.472	188.200	15.997	240.882	20.475	56,1
TOTALE	56.411.290	14.882.362	1.265.000	9.776.662	831.017	5.105.700.	433.893	34,3

FONTE: nostra elaborazione sui dati Ministero della Sanità

2264)

IL VERO SIMBOLO DELLA RIVOLUZIONE PER IL MONDO INTERO?

LA BANDIERA AMERICANA.



<< ... CHECCHÉ NE DICANO TUTTI I SEDICENTI RIVOLUZIONARI, GIAMMAI SI È VISTO ROTOLARE NELLA POLVERE UN SOLO SIMBOLO DI UNA DEMOCRAZIA, NEL TRIPUDIO DELLE FOLLE. INVECE, I SIMBOLI DEL FASCIO E LE STATUE DI MUSSOLINI, DELLA CROCE UNGINATA E DEL FUHRER; E, NELL'UNGHERIA DEL 1956, LA CADUTA DAI PIEDISTALLI DI LENIN E STALIN; E POI, LA PRIMAVERA DI PRAGA; IL MURO DI BERLINO E IL CROLLO DELLE DITTATURE DELL'EST EUROPEO; E POI ANCORA SADDAM E FRA NON MOLTO LA CINA DI MAO E LA CUBA DI CASTRO (CON BUONA PACE DI TUTTI GLI IMBECILLI/IGNAVI CHE SI FREGIANO DEL SIMBOLO DI *CHE GUEVARA*):

**CHI PUO' AVERE NOSTALGIA, CON UN MINIMO DI ONESTA'
INTELLETTUALE E BUONA FEDE, DI QUEL PASSATO O PRESENTE DI
TALI REGIMI (ECCEPPO I RIFONDATORI DEL COMUNISMO ITALIANO CHE
HANNO IL CORAGGIO DI DIRE ANCORA CHE
"UN OPERAIO CUBANO STA CERTAMENTE MEGLIO
DI UN OPERAIO AMERICANO)?**

CHI PUO', SE NON CON PROFONDA MALAFEDE E CON L'IPOCRITO VEZZO INTELLETTUALE DI VOLERSI A TUTTI I COSTI DISTINGUERE, IDEALIZZANDO QUEL MONDO, E INTANTO GODERE DELLA LIBERTA' DI CRITICA E DI DISSENSO CHE GLI CONSENTE OGGI LA DEMOCRAZIA DI *DE GASPERI* E DI *BERLUSCONI*? ... A META' DEGLI ANNI '70 I **LIBERALI** E I **SOCIALISTI** (CON A CAPO IL **SIGNOR CRAXI E I SUOI SOCIALISTI**) SI IMPEGNARONO NEL GRANDE E DIFFICILE LAVORO DI DARE VOCE AL DISSENSO POLITICO E CULTURALE PRESENTE NEI PAESI DELL'EST EUROPEO (SOLGENITSIN, SHAKAROV, SVETLANA STALIN, LEC WALESA, L'INSURREZIONE UNGHERESE, DUBCEK, ECC....). A TALI INIZIATIVE FU DEDICATA L'OSTILITA' DELLA **SINISTRA COMUNISTA** CHE CONSIDERAVA TUTTO CIO' FACENTE PARTE DI UN ATTACCO DEL CAPITALISMO AMERICANO ALLE

CONQUISTE DI LIBERTA' DEL SOCIALISMO SOVIETICO, COSI' CONSIDERAVA SERVI DELLO STESSO CAPITALISMO COLORO CHE SI ADOPERAVANO PER NON LASCIARE MORIRE IN GALERA I DISSIDENTI RUSSI E DELL'EUROPA DELL'EST. QUALCHE ANZIANO PACIFISTA DI OGGI E' SPERABILE CHE SI RICORDERA' DI QUANDO SOSTENEVA CHE SOLGENITSIN ERA UN PROVOCATORE FASCISTA E CHE I GULAG ERANO IL FRUTTO DELLA SUA CORROTTA FANTASIA CAPITAL-LIBERISTA. SI RICORDERA', MA NEGHERA' PERCHE' SI VERGOGNA.

SOPRATTUTTO NON VUOLE O FA FINTA DI NON CAPIRE IL PERCHE' DIETRO AL CROLLO NELLA POLVERE, TRA L'ESULTANZA DELLA GENTE, DEI SIMBOLI DELLA TIRANNIA CI SIANO SEMPRE GLI STATI UNITI D'AMERICA.

NON VUOLE RIFLETTERE SUL PERCHE' LA BANDIERA AMERICANA E' SEMPRE IDEALMENTE INNALZATA QUANDO CADONO I SIMBOLI DELLE DITTATURE.



IL PERCHE' CE LO SPIEGA LA STORIA. IL POPOLO DEGLI STATI UNITI D'AMERICA E', ANCHE NEL 3° MILLENNIO, L'UNICO POPOLO RIVOLUZIONARIO DI QUESTA TERRA. E' L'UNICO POPOLO CHE HA FATTO UNA RIVOLUZIONE (CON LE ARMI IN PUGNO) PER LA PROPRIA AUTODETERMINAZIONE, PER LA PROPRIA LIBERTA',

PER LA PROPRIA DEMOCRAZIA. ED E' RIUSCITO A DIFENDERE I PRINCIPI DI QUESTA RIVOLUZIONE SEMPRE: NON HA AVUTO IL BONAPARTISMO, LA RESTAUZIONE O LA LENINISTA DITTATURA DEL PROLETARIATO, NON HA AVUTO LA BESTIALE DITTATURA STALINISTA. GLI AMERICANI HANNO NEL LORO **DNA CULTURALE/POLITICO** LA DIFESA, ANCHE MILITARE, DEI PRINCIPI, ORMAI SECOLARI, DELLA LORO RIVOLUZIONE PERCHE' HANNO FEDE IN ESSA E NELLA CIVILTA' CHE NE E' NATA. E SONO DISPOSTI A COMBATTERE E A MORIRE PER QUESTA CIVILTA'. PER UN'EUROPA CINICA E NICHILISTA – RAPPRESENTATA IN MODO ESEMPLARE DA DUE OPPORTUNISTI COME **CHIRAC** E **PUTIN (SCHRODER FA A STENTO IL VIOLINO DI SPALLA)** – TUTTO QUESTO E' DIFFICILE CAPIRE. MA QUANDO UN POPOLO DEL MONDO SI LIBERA O VIENE LIBERATO DA UNA DITTATURA, I PRINCIPI DELLA DEMOCRAZIA CONQUISTATI SON QUELLI DEGLI STATI UNITI D'AMERICA, PERCHE' SONO QUELLI CHE STORICAMENTE, ALL'ORIGINE, HANNO FORMATO LA NOSTRA MODERNITA' DEMOCRATICA. QUESTA E' LA SOLA REALTA' STORICA, VOLENTI O NOLENTI.

SE NO, L'ONESTA' INTELLETTUALE E LA BUONA FEDE, SENZA TANTI GIRI DI PAROLE, DOVREBBE SPINGERE I COSI' DETTI "PACIFISTI" DI OGGI AD AFFERMARE DI PREFERIRE IL FASCISMO, IL COMUNISMO DI LENIN/STALIN/MAO/CASTRO, IL NAZISMO, KOMEINI O SADDAM O OSAMA BIN LADEN O HASSAD.

ANCHE PERCHE' E' PROPRIO DEI PRINCIPI DELLA RIVOLUZIONE AMERICANA LA CONTINUA, INFINITA PERFETTIBILITA' DELL'IDEA DI LIBERTA', DEMOCRAZIA, DIRITTI UMANI; IDEE PRAGMATICHE, NON METAFISICHE O DA "PACIFISTI/ANTIGLOBAL" DA STRAPAZZO. E ALLORA, LA CINA, CUBA, L'UNIONE SOVIETICA, LA GERMANIA DI HITLER, LA JUGOSLAVIA DI TITO, L'ITALIA DI MUSSOLINI, LA SPAGNA DI FRANCO, IL PORTOGALLO DI SALAZAR, IL CILE DI PINOCHET, L'IRAK DI SADDAM, LA COREA COMUNISTA DEL NORD, L'IRAN DI KAMENEI, LA SIRIA DI HASAD, ECC NON SONO L'ESEMPIO PER ALTE E INFINITE DISCUSSIONI SULLA POSSIBILITA' DI PORTARE LIBERTA' E DEMOCRAZIA CON LE ARMI: LI' SE SI E' INTERVENUTI O SI INTERVERRA' CON LE ARMI CI SONO GIA' E CI SARANNO SEMPLICEMENTE PIU' OPPORTUNITA' PER ESPRIMERE OPINIONI, CI SARANNO PIU' GIORNALI LIBERI E PIU' CHIESE CON IDEE CONTRASTANTI, CI SARA' MENO INDOTTRINAMENTO NELLE SCUOLE, NON CI SARANNO TORTURATI, DESAPARESIDOS E ASSASSINATI PERCHE' CONTRARI ALLA POLITICA DEL GOVERNO.

**COSE POCO IMPORTANTI?
SI', MA PER CHI E' IN MALAFEDE
E CULTURALMENTE SCORRETTO.**

LA BELLEZZA DELLE VITTORIE DEGLI AMERICANI DEL PASSATO DEL PRESENTE E, VOGLIA IDIO, DEL FUTURO NON STA NELL'ARROGANZA DEI VINCITORI O NELLE CRITICHE/LAGNE DEI VINTI (DIO CE NE SCAMPI DAI NUOVI SPAVENTAPASSERI COMUNISTI/MAOISTI/ANTIGLOBAL/CATTOCOMUNISTI CHIC ITALIANI O DELLA GAUCHE FRANCESE O TEDESCA), MA NELLA FORMIDABILE CAPACITA' DI PERSUASIONE CHE ESERCITA LA CONCRETEZZA DEI FATTI. PERSUASIONE POLITICA, INTELLETTUALE E ANCHE MORALE, CONTRO LA RETORICA DEI LUOGHI COMUNI ANTIAMERICANI.



LE VITTORIE AMERICANE DI LIBERAZIONE CONTRO I TIRANNI SPAZZANO VIA LE IMPERDONABILI E FUTILI FAZIOSITA' DELLA "PROPAGANDA ANTIAMERICANA PER PRINCIPIO" (INCAPACE DI LEGGERE LA REALTA' PER QUELLO CHE E'), SEMPLIFICANO E COMPLICANO LA VITA DEI POPOLI, MA SONO ALLA FINE LA BELLEZZA E L'ALLEGRIA DEL MONDO. ... >>.

2265)

LA "DONNA" DEL 21° SECOLO ?



<< . . . E' FUORI DI DUBBIO CHE IN TUTTE LE NAZIONI EVOLUTE LE DONNE NON POSSONO CHE AVERE IL SOPRAVVENTO; INFATTI, POICHE' UOMINI E DONNE SI INFLUENZANO RECIPROCAMENTE, L'UOMO E' DESTINATO A DIVENTARE PIU' FEMMINEO, E QUINDI PERDENTE, PERCHE' LA SUA FORZA, CHE E' LA SUA PREROGATIVA, VIENE DOMATA, NON RIDOTTA. INVECE LA DONNA ACQUISENDO QUALCOSA DALL'UOMO E' VINCENTE. INFATTI, QUANDO RIESCE AD AUMENTARE I PREGI CHE GIA' POSSIEDE ACQUISTANDO ENERGIA, DIVENTA L'ESSERE PIU' PERFETTO CHE SI POSSA IMMAGINARE. ... LE DONNE CONSIDERANO GLI UOMINI COME COMPRATORI IN UN NEGOZIO, NEL QUALE IL VENDITORE E' IN VANTAGGIO PERCHE' CONOSCE LA MERCE E PER GIUNTA SA METTERLA NELLA LUCE

MIGLIORE E APPROFITTARE DELLE OCCASIONI. ... IL PRIMO SA BENISSIMO COSA DA', IL SECONDO NON SA SEMPRE COSA RICEVE. . . . >>.

2266) MORS ULTIMA LINEA RERUM EST: *LA MORTE E' L'ULTIMA LINEA DI TUTTE LE COSE.*



2267) **RAPPORTI TRA AZIENDA E PERSONE**
PER VINCERE LA CONCORRENZA NEL 21° SECOLO?

<< . . . LA CONCORRENZA NON DARA' TREGUA. GUADAGNARE IN FUTURO SARA' SEMPRE PIU' DIFFICILE. NEL MERCATO SI E' ATTACCATI SU TUTTI I FRONTI: DALLA QUALITA' DEI PRODOTTI AL " SERVIZIO " E CERTAMENTE ANCHE SUI PREZZI. PER VINCERE LA COMPETITIVITA' OCCORRE RICONOSCERE E PREMIARE NON L'OBEDIENZA PASSIVA O SEMPLICEMENTE LA LEALTA', MA IL CONTRIBUTO PROFESSIONALE. CIO' RAPPRESENTA UNA SFIDA VITALE ANCHE PER LE ORGANIZZAZIONI SINDACALI CHIAMATE AD EFFETTUARE UN GRANDE SALTO CULTURALE E POLITICO VERSO MODI DEL TUTTO NUOVI DI AFFRONTARE IL TEMA DEL LAVORO, RENDENDO PIU' ATTIVO, EFFICACE E SODDISFACENTE IL RUOLO DEI LAVORATORI NELL'IMPRESA CON DIMOSTRAZIONE DI MATURITA'. ANCHE SE ALCUNE COMPONENTI DEL SINDACATO SEMBRANO MOLTO LONTANI DAL VOLERE E SAPERE AFFRONTARE QUESTO PROBLEMA. OCCORRE COSTRUIRE FLESSIBILITA', DECENTRARE L'ORGANIZZAZIONE ELIMINANDO LIVELLI/BARRIERE GERARCHICO-BUROCRATICHE, CREANDO NUOVI RUOLI. MA, SOPRATTUTTO, COSTRUIRE LA COSA PIU' IMPORTANTE, CIOE' UN RAPPORTO NUOVO TRA L'AZIENDA E I SUOI UOMINI, AVENDO COME RIFERIMENTO PRIMARIO LA PROFESSIONALITA'. LA PROFESSIONALITA', COMUNQUE, NON PUO' FARE A MENO DI UN LAVORO SERIO SUI MECCANISMI DI PARTECIPAZIONE, DI RESPONSABILIZZAZIONE E DI AGGREGAZIONE. MA LA PARTECIPAZIONE E' UNA STRADA CHE SI PERCORRE IN DUE: IMPRESE E SINDACATI SENZA I VIZI DELLE IDEOLOGIE E DELLA FAZIOSITA'. POICHE', IN FIN DEI CONTI, E' ANCHE INTERESSE DEI LAVORATORI CHE L'AZIENDA SIA COMPETITIVA SUI MERCATI. . . . >>.

2268) << . . . E' FELICE E GRANDE SOLO CHI NON HA BISOGNO DI COMANDARE O DI OBBEDIRE PER ESSERE QUALCUNO! >>.

2269) **LE 8 QUALITA' FONDAMENTALI**
DEL LEADER DEL 3° MILLENNIO?

<< . . .

a) POSSIEDE UNA POTENTE CAPACITA' DI GUIDA:

EGLI E' UN UOMO "P.O.V."(POTENT- POINT OF VIEW) HA CIOE' UN'IDEA CHIARA DEGLI OBIETTIVI (IN TERMINI DI "VISION"). CON CIO' CREA INTORNO, SOPRATTUTTO NEGLI UOMINI CHE LO AFFIANCANO, UNA PROFONDA CONDIVISIONE CHE VA AL DI LA' DELLE SEMPLICI MOTIVAZIONI DA PROMOZIONI O AUMENTI SALARIALI. CREARE "VISION" E' L'ARTE DI FAR SI' CHE GLI ALTRI

VOGLIANO FARE QUALCOSA CHE SI E' CONVINTI DEBBA ESSERE FATTA (ESEMPI STORICI DI "OBIETTIVO-VISION": J.F.K.: "GLI U.S.A. ENTRO 10 ANNI METTERANNO PER PRIMI IL PIEDE SULLA LUNA!"; F. MITTERAND: "OVUNQUE SARO', CHIUNQUE VI PARLERA' AL MIO POSTO IL PROSSIMO ANNO, IO GLI SARO' ACCANTO!".

QUEST' UOMO E' UNO CHE COMPRENDE L'IMPORTANZA DEL "TIRARE"(PULL) PIU' CHE DELLO "SPINGERE" (PUSH). CIO' DISTINGUE IL *LEADER* DAL *MANAGER* (CHE AL MASSIMO SA ESPRIMERE STUCCHEVOLI COMPORTAMENTI PATERNALISTICI).

b) CONOSCE PROFONDAMENTE IL BUSINESS IN CUI OPERA:

IL CARISMA NASCE DAL RICONOSCIMENTO DI UN'INTENSA CONOSCENZA E DA UN'OSSESSIVA COMPENETRAZIONE CON IL BUSINESS AZIENDALE (SOLO CHI SA IN OGNI MOMENTO DI COSA STA TRATTANDO PUO' FARE PROGREDIRE L'AZIENDA). DEVE CONOSCERE I DATI DEL SUO MERCATO COME I RAGAZZINI TIFOSI CONOSCONO A MEMORIA NOMI/DATI/AVVENIMENTI DELLA PROPRIA SQUADRA.

d) HA UNA GRANDE CAPACITA' DI MOTIVARE CHI LAVORA CON LUI:

LA RISORSA UMANA (E LA SUA CAPACITA' DISCREZIONALE) E' IL BENE PIU' PREZIOSO. IL MANAGER NON E' AUTOMATICAMENTE UN LEADER. LO E' QUANDO FA EMERGERE IL MEGLIO DALLE EPRSONE CHE LAVORANO CON LUI. IL MANAGER SPINGE, INCALZA, PREME. UTILIZZANDO, AL LIMITE LA PAURA PER LA PUNIZIONE DELL'ERRORE. IL LEADER AIUTA LE PERSONE A CONSEGUIRE I PROPRI OBIETTIVI PERSONALI/AZIENDALI, SOLLECITA CON LA FORZA DELL'ESEMPIO, FORNISCE DEI MODELLI. ESALTA I PUNTI DI FORZA NON LE DEBOLEZZE. LA CAPACITA' DI MOTIVARE, PURTROPPO, OGGI E' VICINA ALLO ZERO. MOLTO SPESSO L'AZIENDA CHE HA UN UOMO CON TALE PREGIO POSSIEDE UNA PREZIOSA RICCHEZZA CHE DEVE RICONOSCERE E CONSERVARE. IL LEADER SA COME FAR SENTIRE IMPORTANTE OGNI INDIVIDUO DELL'AZIENDA, EGLI PRENDE DA TUTTI LE IDEE MIGLIORI SENZA RITEGNO E LE GRATIFICA.

e) HA UNA GRANDE ABILITA' CONCETTUALE. RIESCE A PENSARE CON CREATIVITA', SISTEMATICITA' E INVENTIVA:

SPESSO ANCHE I BUONI LEADER (CREATIVI, COLTI E PIENI DI INVENTIVA) MANCANO DI " SISTEMATICITA' " CIOE' DI CONTINUITA' E INGEGNERIZZAZIONE DEI " PROCESSI ". CIO' NON AIUTA LE AZIENDE A USCIRE DAL NANISMO CONGENITO.

f) E' RICCO DI UN'ESPERIENZA:

QUESTA FA FARE PER PRIMI E CON PIU' PROBABILITA' DI SUCCESSO: DA' LA CAPACITA' DEL "COLPO D'OCCHIO". SPESSO, PERO', SI PREFERISCE LA "RASSICURAZIONE" TRAMITE CAPI GIOVANI, INESPERTI, INCOLTI, INCAUTI, IMPRUDENTI E PERCIO' MEGLIO GESTIBILI E PILOTABILI (ANCHE PER L'ESASPERATO ARRIVISMO E L'AMBIZIONE SENZA MISURA: VOLERE TUTTO E SUBITO = SINDROME DI ICARO = SALIRE SUBITO, SEMPRE PIU' IN ALTO SENZA CAPACITA' E MEZZI ADEGUATI). IL RICICLAGGIO DI VECCHI CAPI, PER ALTRO, PUO' PORTARE AL PARADOSSO DI PRIVILEGIARE UOMINI GIA' AMPIAMENTE DECOTTI, VECCHI, PRONTI A QUALSIASI COMPROMESSO PER PERPETUARE POSIZIONI APPIATTITE SU ARIDI INTERESSI PERSONALI.

g) HA UNA BUONA CAPACITA' DI GIUDIZIO:

RIESCE A PRENDERE DECISIONI RAPIDE PUR CON DATI E INFORMAZIONI LIMITATI E INCOMPLETI. UN LEADER NON SOLO SA COSA FARE MA ANCHE QUANDO FARLO (CAPACITA' DI JUDGEMENT). EGLI NON SI OSSESSIONA E NON HA VITALE NECESSITA' DI STATISTICHE COMPLICATE, TABULATI INTERMINABILI

PER PRENDERE DECISIONI FUNZIONALI-OPERATIVE. NON E' SCONCERTATO DA DECISIONI DI COLLABORATORI ANCHE CON INFORMAZIONI INCOMPLETE. EGLI SA CHE L'ESPERIENZA E L'ESERCIZIO DELLA CREATIVITA' PERMETTONO DI ANDARE OLTRE I DATI CONTINGENTI (LIMITATIVI DELLA REALTA') E PERCIO' E' VELOCISSIMO NELLE SCELTE/ESECUZIONI E ABITUA GLI ALTRI A FARE ALTRETTANTO.

h) HA CARATTERE:

ESSO SI REGGE SU QUATTRO FORZE:

- AMBIZIONE/ENERGIA
- COMPETENZA/ESPERIENZA
- INTEGRITA'/STOFFA MORALE
- "VISION"/CORAGGIO/CAPACITA' DI SOFFERENZA.

SE E' CARENTE DI UNO DI QUESTI ASSI PORTANTI, EGLI TRABALLA. LA LEADERSHIP, QUINDI, NON E' SOLO TECNICITA' MA ANCHE MORALITA'. IL LEADER PIU' CHE UN MAESTRO DI MUSICA SINFONICA E' UNA GUIDA DI UN COMPLESSO JAZZ (CON PREVALENZA DI IMPROVVISAZIONE, SUONO E SORPRESA). EGLI PIU' CHE " MACHO " DEVE ESSERE UN MAESTRO CHE EVITA LE ABITUDINI E LA ROUTINE, SORRIDE SPESSO E "COMINCIA SUBITO". . . . >>.

2270)

I RAPPORTI FIGLI >< PADRE?



(Dal libro del Siracide)

<< . . . IL SIGNORE VUOLE CHE IL PADRE SIA ONORATO DAI FIGLI, HA STABILITO IL DIRITTO DELLA MADRE SULLA PROLE. CHI ONORA IL PADRE ESPIA I PECCATI; CHI ONORA LA MADRE E' COME CHI ACCUMULA TESORI. CHI ONORA IL PADRE AVRA' GIOIA DAI PROPRI FIGLI E SARA' ESAUDITO NEL GIORNO DELLA SUA PREGHIERA. CHI ONORA IL PADRE VIVRA' A LUNGO; CHI OBBEDISCE AL SIGNORE DA' CONSOLAZIONE ALLA MADRE. FIGLIO, SOCCORRI TUO PADRE NELLA VECCHIAIA, NON CONTRISTARLO DURANTE LA SUA VITA. ANCHE SE PERDESSE IL SENNO, COMPATISCILO E NON DISPREZZARLO, MENTRE SEI NEL PIENO VIGORE. POICHE' LA PIETA' VERSO IL PADRE NON SARA' DIMENTICATA, TI SARA' COMPUTATA A SCONTO DEI PECCATI. PAROLA DI DIO. . . . >>.

2271)

A PROPOSITO DI ... EDUCAZIONE



L'“EDUCAZIONE” DI GENITORI, PARENTI VARI, INSEGNANTI, ... AI MINORENNI (... DOPO I “18 ANNI, I GENITORI FACCIANO UN PASSO INDIETRO RISPETTO AI FIGLI”) DEVE PREVEDERE L'“ISTRUZIONE”, SULLA BASE DEL PROPRIO “VISSUTO” (DI SUCCESSI, SCONFITTE, PENTIMENTI, CAMBIAMENTI, ...), AFFINCHÉ, DA MAGGIORENNI, POSSANO “CAMMINARE” DA SOLI, CON LE LORO “GAMBE”: SI RENDANO, COSÌ, I GIOVANI/ADOLESCENTI VERAMENTE AUTONOMI E LIBERI: IL CERVELLO DI CIASCUNO È “UNICO/IRRIPETIBILE”.
... IMPARARE DAGLI ANIMALI: SANNO “INSEGNARE” BENISSIMO L'AUTONOMIA E LA LIBERTÀ!

<< ... GENITORI, PARENTI VARI, INSEGNANTI, ... SE VOGLIONO DARE UN'“EDUCAZIONE” DI QUALITÀ DEVONO:

1. NON IMPARTIRE ORDINI, DIRIGERE O COMANDARE. NON ESSERE INVASIVI;
2. NON INTERPRETARE, ANALIZZARE AMMONIRE, METTERE IN GUARDIA O MINACCIARE;
3. NON DARE CONSIGLI/SUGGERIMENTI (SULLA BASE DELLA LORO “STORIA”) O FORNIRE SOLUZIONI (... LE LORO?);
4. NON PERSUADERE CON LA PROPRIA LOGICA O DARE LEZIONI IN FUNZIONE DEL PROPRIO “VISSUTO”;
5. NON DIRE COSA DOVREBBERO FARE: NON FARE (INSISTENTEMENTE) LA “MORALE” (... LA VOSTRA?);
6. NON MOSTRASI SEMPRE IN DISACCORDO, GIUDICARE, CRITICARE/BIASIMARE:
IL MONDO DEI RAGAZZI/ADOLESCENTI È PROGREDITO RISPETTO AL “VOSTRO”;
7. NON ESSERE SEMPRE D'ACCORDO, APPROVARE, ELOGIARE: MEGLIO IL SILENZIO;
8. NON FARE VERGOGNARE, METTERE IN RIDICOLO O ETICHETTARE (SPECIE DAVANTI AGLI ALTRI), IN RELAZIONE DI SCELTE, ORIENTAMENTI, INCLINAZIONI, ... ;
9. NON INIBIRE/OSTACOLARE LA CURIOSITÀ DI RAGAZZI/ADOLESCENTI DI CHIEDERE IL PARERE DEI “VECCHI”: I “VECCHI” SONO UN “POZZO” DI ESPERIENZA. ... COMUNQUE, MERITANO SEMPRE IL MASSIMO RISPETTO;
10. NON RASSICURARE, SIMPATIZZARE O CONSOLARE: TU SEI L'EDUCATORE NON L'AMICO;
11. NON INTERROGARE, INDAGARE, ... PER CONDIVIDERE SEMPRE (SEMMAI VIGILARE CON “MISURA”);
12. NON “CHIUDERSI”, DISTRARSI, FARE DELL'IRONIA O CAMBIARE ARGOMENTO QUANDO PARLANO I RAGAZZI/ADOLESCENTI;
13. UN RAGAZZO/A È PIÙ INTERESSATO/A E CAPIRE MEGLIO UN “RAGIONAMENTO” SE È LUI/LEI A CHIEDERE IL PARERE SU UN CERTO ARGOMENTO;
14. MAI FARE “DIFFERENZA” TRA I FRATELLI/SORELLE: NON ESALTARE LE QUALITÀ DI UNO/A RISPETTO A QUELLE DI UN ALTRO/A (COMUNQUE, I GENITORI FACCIANO UN “PASSO INDIETRO” RISPETTO AI FIGLI “MAGGIORENNI”);
15. NON ESALTATE LE QUALITÀ DI UN/UNA COMPAGNO/A RISPETTO A QUELLE DI UNA/UN FIGLIA/O: GLI INDIVIDUI SONO UNICI/IRRIPETIBILI; ... >>.

2272) PER LA VENDITA E ASSISTENZA DELL' AUTOMOBILE NEL 21° SEC. ?

LA “LEAN DISTRIBUTION” = CONCESSIONARIA ATTIVA = VENDITA AGGRESSIVA

<< ... NON SI PARTE, SICURAMENTE, DALLA RISTRETTA PROSPETTIVA (TOUT COURT) DI SEMPLICE RIDUZIONE DEI COSTI, ESSA DEVE RAPPRESENTARE SOLO UNA COMPONENTE DELLA VENDITA. SI TRATTA DI CAMBIARE TUTTO LO SCENARIO DELLA VENDITA DELL'AUTO. OCCORRE TENERE PRESENTE PRIMA DI TUTTO CHE L'AUTO RAPPRESENTA L'ACQUISTO DEL BENE DI CONSUMO PIU' COSTOSO DELLA “NOSTRA” VITA, DOPO LA CASA (PERÒ, AL CONTRARIO DELLA CASA, CHE DI SOLITO SI APPREZZA NEL TEMPO, L'AUTO SI DEPREZZA COMPLETAMENTE NEL GIRO DI 10 ANNI). ...
QUINDI, PER COMINCIARE, BISOGNERA' CHE CIASCUNA CASA COSTRUTTRICE

DISPONGA DI TANTI "CANALI" DI DISTRIBUZIONE PER LE DIVERSE GAMME DI PRODOTTO (ES.: DAL PIU' ECONOMICO, ALLO SPORTIVO, A QUELLO DI LUSO, ECC...). I VARI "CANALI" DANNO L'ETICHETTA/NOME ALLA CONCESSIONARIA (ES.: PEUGEOT 106 - PEUGEOT 605 - ECC...). CIO' RAPPRESENTERA' UN PRIMO COLLEGAMENTO TRA "PRODUZIONE" E "CLIENTE/PROPRIETARIO". OGNI "CANALE" SARA' DIRETTAMENTE COLLEGATO AL "PROCESSO DI SVILUPPO" DEL PRODOTTO; OVE TUTTI GLI ADDETTI DEL "CANALE" SONO A DISPOSIZIONE DEI "GRUPPI DI SVILUPPO". OGNI "CANALE" SARA' COSTITUITO DA UN NUMERO CONTENUTO DI CONCESSIONARIE E OGNUNA DI ESSE PUO' CONTARE SU 10/20 "PUNTI DI VENDITA/ASSISTENZA" NELLA ZONA DI SUA COMPETENZA. ALCUNE CONCESSIONARIE O UN INTERO "CANALE" PUO' ESSERE DI PROPRIETA' DELLA CASA MADRE. OGNI CONCESSIONARIA SARA' INTEGRATA (DA LUNGA E STRETTA RELAZIONE) ALLA "FAMIGLIA" DELLA CASA MADRE. I DIPENDENTI (ANCHE LAUREATI) SARANNO SOTTOPOSTI A LUNGO E INTENSO TIROCINIO PRESSO LA CASA MADRE E A UN'ADDESTRAMENTO FORMALE OGNI ANNO. IL PERSONALE DELLA CONCESSIONARIA E' ORGANIZZATO IN GRUPPI CON UN MAX DI 6 ELEMENTI (GRUPPO VENDITORI - GRUPPO RICAMBI - GRUPPO ASSISTENZA). OGNI GRUPPO OLTRE AL TIROCINIO SPECIALISTICO SARA' SOTTOPOSTO AD UNA FORMAZIONE SU: TECNICA PRODOTTO - FINANZIAMENTO - ASSICURAZIONI - CONTATTO/SCAMBIO COL "CLIENTE" - TECNICA DELLA SOLUZIONE DEI PROBLEMI. OGNI GIORNO SI INIZIA E SI TERMINA CON UNA RIUNIONE COLLETTIVA. OGNI MESE SI DEDICA 1/2 GIORNATA PER LA SOLUZIONE DEI PROBLEMI CRITICI DEL "CLIENTE/PROPRIETARIO". LA VENDITA DOVRA' AVVENIRE COL SISTEMA "PORTA A PORTA" CON VISITE PREVIA TELEFONATA PER APPUNTAMENTO. SECONDO SCADENZE OPPORTUNE CHE DERIVANO DA ANZIANITA' VEICOLO/PROSSIMITA' VEICOLO/CRESCITA DELLA FAMIGLIA IN GRADO DI GUIDARE L'AUTO/CRESCITA ECONOMICA/ USO DEL VEICOLO. LA VISITA HA LO SCOPO MINIMO DI RACCOGLIERE/AGGIORNARE LE INFORMAZIONI SULLE "ESIGENZE DELLA FAMIGLIA/CLIENTE". SE E' NECESSARIO IL VENDITORE PORTA NELLA VISITA ANCHE UN VEICOLO PER LA DIMOSTRAZIONE. TALE ANTICIPAZIONE DELLE INFORMAZIONI NEL "PROCESSO DI VENDITA" CONSENTIRA' LE VENDITE CON "ORDINI PERSONALIZZATI" DIRETTAMENTE AL "PROCESSO PRODUTTIVO". L'ORDINAZIONE DEFINITIVA DOVRA' COMPRENDERE, DI REGOLA, UN PACCHETTO FINANZIARIO, LA PERMUTA DELLA VETTURA VECCHIA, L'ASSICURAZIONE, LA VENDITA DI "SERVIZI ASSISTENZA" E DI "CONTRATTI DI MANUTENZIONE/RIPARAZIONE/GARANZIA". TALE SISTEMA DI VENDITA CONSENTIRA' UN METODO DI PRODUZIONE "JUST IN TIME" (KANBAN) SODDISFACENDO UNA FABBRICAZIONE SU MISURA GRAZIE AL "FEED BACK" SISTEMATICO DEI DESIDERI/NECESSITA' DEL "CLIENTE". NON SI DOVRA' MAI VERIFICARE LA CONDIZIONE CHE IL VENDITORE TRATTI IL PREZZO COL "CLIENTE" (TIPO BAZAR) CON SCONTI FINALIZZATI A SBARAZZARSI DI PRODOTTI CHE, IN DEFINITIVA IL "CLIENTE" PREFERIREBBE NON AVERE. L'OBIETTIVO DEL "PROCESSO DI VENDITA" E' DI MASSIMIZZARE IL "FLUSSO DI REDDITO A LUNGO TERMINE" PROVENIENTE DAL "CLIENTE". DOPO L'ORDINAZIONE, LA VETTURA DEVE ESSERE PRONTA E CONSEGNATA DI PERSONA DAL VENDITORE DOPO 10/15 GIORNI (MAX) A CASA DEL "CLIENTE". PERCIO' IL "CLIENTE" DI UN'AUTO NUOVA NON AVRA' LA MINIMA NECESSITA' DI AVVICINARSI A UN PUNTO DI VENDITA. QUINDI, I LOCALI POTREBBERO COMPRENDERE UN SALONE LIMITATO ALLO SPAZIO PER L'ESPOSIZIONE DELLA TIPOLOGIA STANDARD DEL " CANALE ". NON SARA' NECESSARIA UNA VASTA AREA DI PARCHEGGIO PER LO STOCCAGGIO DELLE V.N. (CON INUTILI COSTI DI INTERESSI SULL'INVENDUTO).

SE IL "CLIENTE" VA IN CONCESSIONARIA (SOPRATTUTTO, CIO' AVVIENE SE E' NUOVO O GIOVANE) TUTTI I MEMBRI DEL GRUPPO PRESENTE PRENDERANNO PARTE ALLA DISCUSSIONE. DUNQUE, IL CUORE DI TALE CONCESSIONARIA E' L'AREA DEL "SERVIZIO". IN ESSA, PIU' CHE PER RIPARARE O FARE LA MANUTENZIONE, LE VETTURE VENGONO PREPARATE PER LA "REVISIONE/CONTROLLO TECNICO MINISTERIALE" (OGNI 4 -> 2 ANNI). LE "PREREVISIONI" DIVENENDO SEMPRE PIU' FREQUENTI, NATURALMENTE, SARANNO SEMPRE PIU' RIGOROSE E PIU' COSTOSE CON L'ETA' DEL VEICOLO (OLTRE ALLE RIPARAZIONI DOVUTE ALLA NORMALE USURA). TUTTO CIO' RAPPRESENTA UNA FORTE FONTE DI REDDITO E INCENTIVERA' L'ACQUISTO DI UNA NUOVA VETTURA. INFATTI, IL " CLIENTE/PROPRIETARIO " D'AUTO NON HA MOLTE POSSIBILITA' DI RIMANDARE A TEMPI ECONOMICAMENTE PIU' FAVOREVOLI L'ACQUISTO DELLA NUOVA VETTURA (RICAMBIO FORZATO/NON VOLONTARISTICO). FATTORE VITALE, CHIAVE DI SOPRAVVIVENZA DI OGNI CONCESSIONARIO/"CANALE" E' DI COSTRUIRE UNA FEDELTA' AL "CANALE" CHE DURI TUTTA LA VITA. IL CONCESSIONARIO SI ASSICURERA' SEMPRE CHE LA VETTURA FUNZIONI SEMPRE PERFETTAMENTE E SI PREMURERA' DI ACCERTARSI DI EVENTUALI PROBLEMI PER RIFERIRLIALL' "ANTENNA DI FABBRICA". SI DOVRA' CREARE LA MENTALITA' DI UNA GARANZIA A VITA (MINIMO 4 ANNI, FINO ALLA PRIMA "REVISIONE") CHE NON COMPRENDERA', OVVIAMENTE, I DANNI/INCONVENIENTI DOVUTI A NORMALE USURA O AD ANOMALIE DI CONDUZIONE E DI CONSERVAZIONE DEL VEICOLO. TALE "CONCESSIONARIA ATTIVA" TRAMITE LA "VENDITA AGGRESSIVA" RENDERA' TRASCURABILI GLI INVESTIMENTI IN PUBBLICITA', IN CAMPAGNE DI RIDUZIONE PREZZI, IN INDAGINI DI MERCATO, IN COSTI DI STOCCAGGIO. TALE SISTEMA GIA' ESISTE IN GIAPPONE, OVE CON UN TOTALE DI 1621 CONCESSIONARIE SI DISTRIBUISCONO UN PO' MENO DELLA META' DI VEICOLI DEGLI U.S.A., CHE, PER CONTRO, CONTANO 16.300 CONCESSIONARIE. QUESTA POTREBBE ESSERE LA VERA SOLUZIONE VINCENTE DELLA DISTRIBUZIONE FUTURA CHE SVILUPPANDO UNA PARTNERSHIP/ASSOCIAZIONE TRA "PRODUZIONE E CLIENTE/PROPRIETARIO" CONDURRA' VERSO L'"IMPRESA GLOBALE": "PROCESSO PRODUTTIVO/PROCESSO DISTRIBUTIVO" REGIONALIZZATO IN OGNUNA DELLE AREE COMMERCIALI, CIOE' CON LA DISTRIBUZIONE PIENAMENTE INTEGRATA ALL'INTERO SISTEMA PRODUTTIVO. ... >>.

2273)

“PIACERE”

=

“SOFFERENZA” ?



2274) **LA FELICITA' DI UN POPOLO, DIPENDE DAL "SUO P.I.L."?**

NOOOIII ...

**LA FELICITÀ/SODDISFAZIONE SI FONDA
SULL'AUTOREALIZZAZIONE DELLE PERSONE:
NON SULLO STATO ASSISTENZIALE.**

<< ... E' SBAGLIATO MISURARE IL LIVELLO DI FELICITA' DI UNA SOCIETA' IN BASE AL SOLO PRODOTTO INTERNO LORDO. INFATTI, IN AMERICA, NONOSTANTE L'AUMENTO DEL 50% DEL REDDITO PRO CAPITE NEGLI ULTIMI 30 ANNI, LA PERCENTUALE DI INDIVIDUI SODDISFATTI DELLA PROPRIA SITUAZIONE E' CHIARAMENTE DIMINUITA. DUNQUE, SE I REDDITI AUMENTANO E LA FELICITA' DEI SINGOLI SI RIDUCE, VUOLE DIRE CHE PER VIVERE FELICI NON CONTANO IL POTERE D'ACQUISTO, LA DOPPIA CASA, LE VACANZE ESCLUSIVE, IL NUMERO DI CARTE DI CREDITO. CIO' CHE CONTA E' QUALCOSA DI IMPONDERABILE E PIU' SFUGGENTE. INFATTI, AL DI SOPRA DEI **7 MILA EURO DI STIPENDIO MENSILE**, IL FATTORE DETERMINANTE DI FELICITA' E' LEGATO ALLA **PSICOLOGIA MORALE** PIU' CHE ALL'ECONOMIA. TALE FATTORE SI IDENTIFICA, IN SINTESI, NELL'**AUTOREALIZZAZIONE**, NEL **PIENO SENSO DI SE'**, NELL'**ARMONIA** CHE SI RIESCE A INSTAURARE NEI **RAPPORTI SOCIALI**. A COMINCIARE DALL'AMBIENTE DI LAVORO, DOVE UN TRATTAMENTO INEGUALE PUO' ESSERE SOPPORTABILE SOLO SE GARANTISCE IL RISPETTO DELLA PERSONA E NON SIA EFFETTO DI UMILIAZIONI E SOPRUSI. . . . I MASSIMALISTI, QUINDI, CHE SI OSTINANO A INVOCARE LA **TUTELA SINDACALE** PER QUESTIONI LEGATE SOLO A **DINAMICHE INDIVIDUALI** HANNO TORTO MARCIO. ... >>.

2275) **PANDEMIA, "VENTI DI GUERRA", ...: GLI UNDER-40 SONO DISPOSTI A RINUNCIARE, NEL 3° MILLENNIO, ALLA "CARRIERA"? DI VITA CE N'È UNA SOLA: SI È DISPONIBILI A SPRECARLA?**

LAVORO
PREOCCUPAZIONI
FIGLI
AFFARI
DEBITI
PROBLEMI
CARRIERA
POCO TEMPO
POCO RIPOSO/SONNO
STRESS
SALUTE
NASCITA>VITA>MORTE
FAMIGLIA>CONIUGE
POCHE VACANZE
RESPONSABILITÀ
PARENTELA INVADENTE
HOBBY



E, ALLORA, ... DOVE STA ANDANDO L'UMANITÀ SU QUESTO PIANETA?

<< ... **ADDIO IMPIEGABILITÀ, ADDIO PERFORMANCE LAVORATIVE, ADDIO CARRIERA, ...** . LA **PANDEMIA**, I **“VENTI DI GUERRA”** HANNO CAMBIATO TALMENTE TANTO LE CARTE IN TAVOLA, CHE SEMBRA PASSATO UN SECOLO DA QUANDO SI CRESCOVA CONVINTI CHE NON ESISTESSE NULLA AL DI FUORI DEL LAVORO E CHE, SOLO FACENDO CARRIERA, SI SAREBBE STATI CAPACI DI DIMOSTRARE IL PROPRIO VALORE. ANCHE SE QUESTO COMPORTAVA POI UN GRANDE SACRIFICIO, COMPRESO QUELLO DELLA VITA PRIVATA. OGGI, PERÒ, LE COSE SONO CAMBIATE. DURANTE I MESI DI PANDEMIA E LOCKDOWN, SONO STATI NUMEROSI COLORO CHE HANNO DECISO DI CAMBIARE VITA. COSTRETTI A FARE I CONTI CON SE STESSI, HANNO MESSO IN FILA **LE PRIORITÀ** E HANNO SCELTO

1) I FIGLI, 2) LA FAMIGLIA, 3) IL RIPOSO, 4) L'ALIMENTAZIONE, 5) GLI HOBBY.

IL RISULTATO È LA COSIDDETTA **“GREAT RESIGNATION”** (**“GRANDE DIMISSIONE”**), ESPRESSIONE CONIATA DA **ANTHONY KLOTZ, PROFESSORE DI MANAGEMENT ALL'UNIVERSITÀ DEL TEXAS**, CHE È STATO IL PRIMO, NEL **MAGGIO DEL 2021**, A PREVEDERE UN **“ESODO DI MASSA”**. È D'ALTRONDE PROPRIO NEL CORSO DEGLI ULTIMI MESI CHE, DAPPRIMA NEGLI USA, POI ANCHE IN EUROPA, MILIONI DI PERSONE HANNO LASCIATO IL PROPRIO POSTO DI LAVORO, ACCELERANDO UNA TENDENZA CHE ALCUNI SPECIALISTI AVEVANO INIZIATO A OSSERVARE. C'È CHI PROVA A RELATIVIZZARE, SOTTOLINEANDO LO **STRESS ACCUMULATOSI NEI DUE ULTIMI ANNI**. MA C'È ANCHE CHI PARLA DI UN VERO E PROPRIO **CAPOVOLGIMENTO DI PARADIGMA**, CON LA **PRESA DI COSCIENZA** PROGRESSIVA, NON SOLO DEL MALESSERE CHE SI PROVAVA LAVORANDO, MA ANCHE DELL'**IMPORTANZA DI RICENTRARI SU SE STESSI E SUGLI AFFETTI**. A DIFFERENZA DEI **BABY BOOMERS** E DELLA **GENERAZIONE X**, GLI **UNDER-40 NON SONO PIÙ DISPOSTI A SACRIFICARSI IN NOME DEL LAVORO**: SANNO CHE **DI VITA CE N'È UNA SOLA E NON VOGLIONO SPRECARLA**; SANNO, SOPRATTUTTO, CHE **IL PROPRIO VALORE NON DIPENDE**

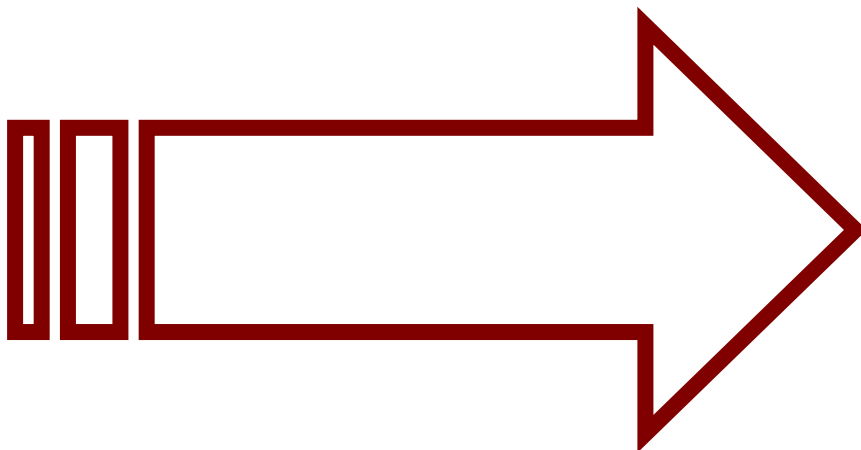
- 1. NÉ DALLA PROPRIA IMPIEGABILITÀ,**
- 2. NÉ DALLA CAPACITÀ DI ADATTARSI A QUALUNQUE CIRCOSTANZA.**

... MEDITARE GENTE ... MEDITARE!

... >>.

BRAINSTORMING

CONTINUA



B N°5