

# BRAINSTORMING

N° 8

**SPONSOR**

**ÁÉ**



# BRAINSTORMING

N° 8a

3127 )

# COMUNICARE E' PIU' SAPER PARLARE O SAPERE ASCOLTARE?



<< . . . SI DEFINISCE COMUNICAZIONE “**LO SCAMBIO DI INFORMAZIONI**” CON LA POSSIBILITA' (E IL DESIDERIO) DI INFLUENZARSI RECIPROCAMENTE. COMUNICARE, QUINDI, E' UN DIALOGO A DOPPIO SENSO, UTILE SOPRATTUTTO NELLE MEDIAZIONI, NELLE NEGOZIAZIONI STRATEGICHE NELLA VITA AZIENDALE E CIVILE. **PRIMA DI PARLARE E' IMPORTANTE SAPERE ASCOLTARE.** COMUNICARE E' COME PASSEGGIARE CONVERSANDO CON UNA PERSONA: SE RIMANGO TROPPO INDIETRO O CORRO AVANTI, SE IL RITMO DEI NOSTRI PASSI NON E' SINCRONIZZATO DIVENTA DIFFICILE SCAMBIARSI I MESSAGGI. UNA DELLE PIU' GRAVI DEBOLEZZE DELLA NOSTRA EPOCA E DELLA NOSTRA SOCIETA' E' PROPRIO QUELLA CHE QUANDO SI VOGLIONO ESPRIMERE LE PROPRIE OPINIONI **SI PARLA, SI PARLA, SI PARLA, SI PARLA, . . .** E SI FINISCE PER DIRE COSE CHE NON INTERESSANO (O INTERESSANO POCO) GLI UDITORI, COL RISULTATO DI INDURRE QUESTI ULTIMI A PARLARE TRA DI LORO O A FARLI ADDORMENTARE O AD ANDARSENE SPOETIZZATI. LA **COMUNICAZIONE** ALL'INTERNO DI UN'AZIENDA, IN PARTICOLARE, SI RIVELA UNA **RISORSA STRATEGICA** NON MENO IMPORTANTE DELLA FINANZA, DELLA PROGETTAZIONE O DELLA PRODUZIONE. LE SOCIETA' FALLISCONO SPESSO PERCHE' CHI HA OBIETTIVI DI VENDITA NON VUOLE PERDERE TEMPO AD ASCOLTARE QUALI SONO I PROBLEMI DEI CLIENTI INTERNI ALL'AZIENDA O ESTERNI. LA COMUNICAZIONE VIENE SPESSO CONSIDERATA UN ELEMENTO MARGINALE RISPETTO ALLA GESTIONE OPERATIVA.

**L'AZIENDA DI SUCCESSO E' QUELLA CHE HA SAPUTO DIFFONDERE E INTERIORIZZARE LA CULTURA DELL'ASCOLTO ATTIVO TRA TUTTI I SUOI COMPONENTI, DAL PRIMO ALL'ULTIMO. . . .**

L'ASCOLTO ATTIVO E' ESPRESSO DAI SEGUENTI PRINCIPI FONDAMENTALI:

- **MAI GIUDICARE IL MESSAGGIO IN BASE AL MESSAGGERO.**

- **ESSERE CONSAPEVOLI DELLA RESPONSABILITA' CONDIVISA: IL SUCCESSO O L'INSUCCESSO DI UNA COMUNICAZIONE DIPENDE SEMPRE DA ENTRAMBI GLI INTERLOCUTORI (IN OGNI NEGOZIAZIONE ESISTE IL 50% DI CORRESPONSABILITA' TRA I DUE INTERLOCUTORI PER IL RAGGIUNGIMENTO DELL'OBIETTIVO FINALE).**
- **OCCORRE CONCENTRARE L'ATTENZIONE SU CHI PARLA, MANTENENDO IL CONTATTO VISIVO (GUARDANDO SEMPRE L'INTERLOCUTORE NEGLI OCCHI). NON INTERPRETARE MAI LE INTENZIONI DELL'INTERLOCUTORE.**
- **EVITARE DI CERCARE DI INDOVINARE CIO' CHE STA PER ESSERE DETTO.**
- **CHIEDERE CHIARIMENTI O FARE CONTRODOMANDE.**
- **DARE E CHIEDERE FEED-BACK (ESERCITA LA TUA CAPACITA' DI "RISPECCHIAMENTO").**
- **RIFORMULARE LE AFFERMAZIONI, IL PENSIERO DELL'INTERLOCUTORE PER ASSICURARSI DELLA CORRETTA COMPrensIONE.**
- **RIASSUMERE CIO' CHE E' STATO DETTO, CHIEDENDO CONFERMA ALL'INTERLOCUTORE. SOLLECITARE IL RITORNO DI INFORMAZIONI.**
- **NON INTERROMPERE L'INTERLOCUTORE O FINIRE LE SUE FRASI.**
- **EVITARE LE SMENTITE O L'USO DEL "NO" IMPULSIVO MENTRE L'INTERLOCUTORE STA ANCORA PARLANDO ED ESPRIMENDO IL SUO PENSIERO.**
- **TRATTARE CON RISPETTO LE AFFERMAZIONI, IL PENSIERO ALTRUI. EVITARE DI REAGIRE EMOTIVAMENTE ALLE OPINIONI CHE NON SI CONDIVIDONO.**
- **CONTROLLARE LE PROPRIE REAZIONI (COMPRESO IL LINGUAGGIO NON VERBALE) MENTRE L'INTERLOCUTORE STA PARLANDO.**

... IN DEFINITIVA, NELLA COMUNICAZIONE OCCORRE PARTIRE DAL PRESUPPOSTO CHE LE NOSTRE INTENZIONI DEVONO ESSERE ESPLICITE AL MEGLIO E LE INTENZIONI DELL'INTERLOCUTORE DEVONO ESSERE AL MEGLIO VERIFICATE. ...

... COMUNQUE, MAI PERDERE DI VISTA LA PREZIOSA MASSIMA CHE STA ALLA BASE DI UNA COMUNICAZIONE EFFICACE:

**"ESPRIMERE AL MASSIMO 4 FRASI ALLA VOLTA, PREFERIBILMENTE 3; 2 E' ANCORA MEGLIO; 1 E' L'ECCELLENZA!" ... >>.**



3128 )

**IL PROCESSO DI GLOBALIZZAZIONE,  
E' IL TRAMONTO DELL'OCCIDENTE**

**OPPURE**

**E' L'ALBA DI UNA STORIA NUOVA ED ENTUSIASMANTE?**

<< ... NON CI SARA' DECLINO DELL'OCCIDENTE CON LA GLOBALIZZAZIONE. NON CI SARA' ALCUN TRAMONTO DELLA STORIA DAVANTI A NOI. E' VERO CHE UN

PEZZO DI OCCIDENTE STA MORENDO, ED E' UN BENE CHE MUOIA. MA UNA PAGINA NUOVA SI STA APRENDO DAVANTI AI NOSTRI OCCHI, SULLA SPINTA DI UNA RIVOLUZIONE SCIENTIFICA SENZA PRECEDENTI, E QUESTO FA PAURA PERCHE' PORTA IN TERRITORI COMPLETAMENTE SCONOSCIUTI. PERO', SI POTREBBE ANCHE DIRE, ENTRO CERTI LIMITI, CHE <<NULLA DI NUOVO C'E' SOTTO IL SOLE>>. INFATTI, CI SONO ANALOGIE TRA LA GLOBALIZZAZIONE DELL'*IMPERO ROMANO* E QUELLA DELLE *DOMINAZIONI ATTUALI*,

**MA LA STORIA NON SI RIPETE MAI.**

IN EFFETTI, LA GLOBALIZZAZIONE ATTUALE SI REALIZZA SOTTO LE INSEGNE DELL'AMERICA, E SI PUO' DIRE CHE L'*EUROPA* STA AGLI *U.S.A.* COME LA *GRECIA* STAVA A *ROMA*. L'*INGLESE* E' OGGI LA LINGUA DEL "COMANDO" COME IERI LO ERA IL *LATINO*, MA FATTO NUOVO E' CHE L'INGLESE E' ANCHE LA LINGUA DELLA *TECNOLOGIA*. I ROMANI NON CONOBBERO UNA VERA RIVOLUZIONE TECNOLOGICA ANCHE SE PRIMEGGIAVANO DAL PUNTO DI VISTA TECNICO, ORGANIZZATIVO E LOGISTICO. E ALLORA, IL GIUDIZIO STORICO SULL'ATTUALE GLOBALIZZAZIONE NON PUO' PRESCINDERE DAL FATTO CHE SI TRATTA DI UNA TAPPA INEVITABILE NELLA STORIA DELLA SPECIE UMANA. SOLO CHE L'AVVIAMENTO DEL PROCESSO DI GLOBALIZZAZIONE, OGGI, SI GIOCA INTORNO AL *MERCATO*, E QUESTA UNIDIREZIONALITA' PORTA SQUILIBRI. PERCHE', SE E' AUSPICABILE *UN'ECONOMIA GLOBALE DI MERCATO* NON E' UN BENE UNA *SOCIETA' COSTRUITA SUL MERCATO*. CIOE':

**NON PUO' ESSERE SOLO IL MERCATO**

**L'ELEMENTO REGOLATORE DEL MONDO.**

**CRESCA LA GLOBALIZZAZIONE DEI DIRITTI E DELLA POLITICA.**

**E' NECESSARIO CHE ASSIEME ALLA GLOBALIZZAZIONE ECONOMICA**

QUINDI, DOVE NASCONO LE INQUIETUDINI IN TEMA DI GLOBALIZZAZIONE?

- DAL FATTO CHE LA SCIENZA SEMPRE PIU' DETTERA' LE FORME DELL'ECONOMIA, DELLA SOCIETA' E DELLA POLITICA. PER MILLENNI SI E' CONSIDERATA LA *NATURA* UN'ENTITA' SACRA E INVIOLABILE, LA QUALE IN CAMBIO CI PROTEGGEVA. OGGI, PER LA PRIMA VOLTA NELLA STORIA, L'UOMO STA INTERVENENDO NELLE CONDIZIONI BIOLOGICHE DELLA PROPRIA ESISTENZA, HA MESSO IN DISCUSSIONE, ORMAI, L'IDEA DELL'INVIOLABILITA' DELLA *NATURA*. CIOE'. EGLI SA MANIPOLARE DOMINI CONSIDERATI FIN'ORA IMMODIFICABILI. CIO', OVVIAMENTE, E' PORTATRICE DI TENSIONI E ANSIETA'.
- POI, UN ALTRO ASPETTO INQUIETANTE DELLA GLOBALIZZAZIONE E' CHE ESSA STA PORTANDO IL POTERE, NON SOLO DELLA POLITICA MA ANCHE DELLA SCIENZA, IN ZONE REMOTE, IRRAGGIUNGIBILI DA TUTTI GLI UOMINI/DONNE DELLA TERRA, ED E' IMPOSSIBILE CONTROLLARLO. PERCIO', SI VORREBBE RIPORTARLO AL CENTRO DELLA "PIAZZA" SECONDO IL *MITO GRECO* DELLA *DEMOCRAZIA*. LA "PIAZZA" POTREBBE ESSERE QUELLA *TELEMATICA* OFFERTA DALLA TECNOLOGIA DELL'INFORMAZIONE.
- INOLTRE, LA POLITICA E' IN SCACCO, I PARLAMENTI SONO CONTINUAMENTE BYPASSATI, NON SERVONO (QUASI) PIU'. CIOE', IL MECCANISMO DELLA RAPPRESENTANZA NON FUNZIONA PIU' PERCHE' E' FRUTTO DI UN'EPOCA IN CUI I MECCANISMI DELLA COMUNICAZIONE ERANO RAREFATTISSIMI, LONTANI. PERCIO', OCCORRE RICERCARE NUOVE *FORME ISTITUZIONALI GLOBALI* CHE POSSANO ESSERE UN INTRECCIO FRA *DELEGA* E *DEMOCRAZIA DIRETTA*.

- INFINE, LA CADUTA DEI “MURI” HA ELIMINATO IL *PENSIERO DIALETTICO* (PER ES., QUASI NON SI PARLA PIU’ DI GUERRA FREDDA, DI PERICOLO NUCLEARE, DI LOTTA DI CLASSE, DI PIATTAFORME RIVENDICATIVE, DESTRA E SINISTRA, ECC ), CON EFFETTI OMOLOGATIVI DELLE CULTURE DI TUTTI.

## FATTORI GLOBALI CHE HANNO INFLUENZATO LA MORTALITA’ NEGLI ULTIMI 40 ANNI DEL XX SECOLO:

	AUMENTO DI REDDITO	MIGLIORE EDUCAZIONE FEMMINILE	PROGRESSI TECNOLOGICI
	%	%	%
TASSO DI MORTALITA’ SOTTO I 5 ANNI	17	38	45
TASSO DI MORTALITA’ TRA DONNE ADULTE	20	41	39
TASSO DI MORTALITA’ TRA UOMINI ADULTI	25	26	49
ASPETTATIVE DI VITA FEMMINILI ALLA NASCITA	19	32	49

FONTE O.N.U.

IN DEFINITIVA, PERO’, BISOGNA ACCETTARE L’IDEA CHE IL VALORE DELLA *COOPERAZIONE* (CHE PUO’ DERIVARE DALLA GLOBALIZZAZIONE) NON E’ MENO APPREZZABILE DI QUELLO DELLA *COMPETIZIONE* O DELLA *GUERRA FREDDA*. E SU QUESTA STRADA STIAMO CERCANDO DI INVENTARCI NUOVI RIFERIMENTI, NUOVE PAROLE D’ORDINE, NUOVE DIALETTICHE DI CONFRONTO. E’ INEVITABILE UN PERIODO DI COSTRUTTIVO/POSITIVO CAOS. E’ IMPORTANTE NON PERDERE LA TESTA E CERCARE DI GOVERNARLO. E, IN FONDO, TUTTO CIO’ E’ UNA REALTA’ TUTT’ALTRO CHE NEGATIVA. . . . >>.

3129 )

## COME VIVERE CON SEMPLICITA’?



<< . . . HO SEMPLIFICATO TUTTO SCEGLIENDO DI VIVERE AI MARGINI DELLA STRADA, EVITANDO COSI’ TUTTE LE ANSIE E LE PARANOIE CHE HA CHI CREDE TROPPO IN SE STESSO E NELLE SOVRASTRUTTURE CHE LA SOCIETA’ SEMBRA IMPORRE. SONO UN TIPO CHE VIVE AI MARGINI DELL’IRREGOLARITA’, E NON SOLO PERCHE’ MI OCCUPO DI VITE DISPERATE, MA ANCHE SE DEVO DIRE QUELLO CHE PENSO A UN SUPERIORE QUANDO NON LA PENSO COME LUI, NON

HO NESSUNA DIFFICOLTA': GLIELO DICO, PUNTO E BASTA. COSI' COME TANTE VOLTE MI DO DELLO STUPIDO IO QUANDO COMMITTO DEGLI ERRORI, LO STESSO FACCIO CON GLI ALTRI. QUESTO SI' CHE SEMPLIFICA LA VITA.

### **COME SI FA?**

BASTA NON DARSI MAI TROPPIA IMPORTANZA, NON PRENDERSI TROPPO SUL SERIO E NON DISPERARSI MAI. L'HO CAPITO AVANTI CON L'ETA'. DOPO TANTI ANNI DI INDECISIONI E DI SILENZI FORZATI HO REALIZZATO CHE NON ERO SCEMO DEL TUTTO: AVEVO UNA CULTURA, UN TITOLO DI STUDIO, UN'ESPERIENZA E GIA' SAPEVO QUELLO CHE AVREI VOLUTO FARE DELLA MIA VITA. COSA DOVEVO CERCARE ANCORA?

### **DOVEVO SOLO FARE!**

ED E' QUELLO CHE HO FATTO E CHE FACCIO OGNI GIORNO. . . . >>.

3130 )

## **DA COSA DIPENDE IL GRANDE GAP TRA EUROPA E AMERICA NELLA CONCEZIONE DEL POTERE, ALL'ALBA DEL 3° MILLENNIO?**

***"INNANZITUTTO, DALL'INTELLIGHENZIA FERITA A MORTE  
DALL'IDEOLOGIA E DAL MORALISMO, INCAPACE DI LEGGERE LA  
REALTA'; E DALLA CECITA'/LASSISMO DAVANTI ALL'IDIOTA  
STRATEGIA DI EGEMONIA EUROPEA DELLA FRANCIA".***



<< . . . . E' ORA DI SMETTERE DI FINGERE CHE EUROPEI E AMERICANI CONDIVIDANO LA STESSA VISIONE DEL MONDO, O ANCHE FACCIANO PARTE DELLO STESSO MONDO. SULLE MAGGIORI QUESTIONI INTERNAZIONALI E STRATEGICHE, GLI AMERICANI VENGONO DA "MARTE" E GLI EUROPEI DA "VENERE": SONO D'ACCORDO SU MOLTO POCO E SI CAPISCONO SEMPRE MENO. QUESTA FRATTURA NASCE

- DALLA DIVERSA CONCEZIONE DEL POTERE,
- DALLA SUA MORALITA',
- DALLA NECESSITA' DI ESERCITARLO.

PER GLI AMERICANI, GIA' PRIMA DELL'11 SETTEMBRE 2001, IL MONDO NON ERA E NON POTRA' ESSERE PIU' COME PRIMA. OVVERO, IL POTERE MILITARE E' INDISPENSABILE PER VIVERE SU UNA TERRA SEMPRE PIU' PERICOLOSA E SEMPRE MENO GOVERNABILE DAI TRATTATI INTERNAZIONALI. PER GLI EUROPEI, INVECE, LA FINE DELL'IMPERO SOVIETICO SEMBRA AVERE MESSO FINE AL PROBLEMA DELLA SICUREZZA INTERNAZIONALE: AL MASSIMO SI SENTONO MINACCIATI DALL'IMMIGRAZIONE, DALLA DISOCCUPAZIONE,



DALL'INQUINAMENTO, DAI CIBI MODIFICATI GENETICAMENTE. PER GLI USA, PERCIO', LA "SPACCATURA" SEGUITA ALL'11 SETTEMBRE, CON L'ATTACCO CONTRO NEW YORK E WASHINGTON HA SOLO ACCELERATO UN PROCESSO CHE AVEVA PRESO AVVIO NEGLI ANNI NOVANTA: GIA' ALLORA L'AMERICA ERA PREOCCUPATA DA STATI COME LA COREA DEL NORD E PENSAVA A COSTRUIRE UN SISTEMA MISSILISTICO PER DIFENDERSI DA QUELLA MINACCIA. INTANTO, CRESCERANO GLI INVESTIMENTI NELLA DIFESA, MENTRE L'EUROPA LI TENEVA COSTANTI O ADDIRITTURA LI DIMINUIVA. ALLA RADICE DEL PUNTO DI VISTA EUROPEO CI SONO LE GRANDI GUERRE DEL 20° SECOLO CHE HANNO PORTATO GLI EUROPEI A RIFIUTARE L'ESERCIZIO DEL POTERE, SPECIE QUELLO MILITARE, AL PUNTO DA METTERNE IN DISCUSSIONE LA MORALITA'. LA CREAZIONE DELL'UNIONE EUROPEA (CEE) HA ISTITUZIONALIZZATO QUESTO PUNTO DI VISTA: PER BRUXELLS LA FORZA MILITARE NON HA POSTO NELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI. IN QUESTO SENSO LA "GUERRA PREVENTIVA" E' VISTA NON SOLO COME UNO SBAGLIO MA ANCHE COME UNA MINACCIA ALL'IDENTITA' DELL'UNIONE EUROPEA. PURTROPPO, CONTRO LE APPARENZE DELLE DIVISIONI TRA FRANCIA E GERMANIA DA UNA PARTE E L'ITALIA, LA SPAGNA E I PAESI DELL'EST DALL'ALTRA (CHE APPARENTEMENTE APPOGGIANO L'AMERICA), ESISTE UN COMUNE PUNTO DI VISTA EUROPEO (QUELLO ESPRESSO NON SOLO NEI SONDAGGI DI OPINIONE MA ANCHE NEL DIBATTITO IN CORSO NELLE DIVERSE CAPITALI EUROPEE) BASATO SULLA "LOGICA" DELLA FRANCIA SECONDO CUI ESISTE UN SOLO VERO PERICOLO PER LA STABILITA' MONDIALE: L'ARROGANZA AMERICANA. LA FRANCIA, PERO', STA PORTANDO AVANTI UNA SUA STRATEGIA DI "DOMINIO" (NEL SENSO DELLA LEADERSHIP) IN EUROPA, IGNORANDO/MINIMIZZANDO ANCHE I PERICOLI DEL TERRORISMO. PERICOLI CHE SECONDO TALE "STRATEGIA FRANCESE" NON E' ABBASTANZA GRANDE, COME LO FU QUELLO SOVIETICO PER 40 ANNI CHE PORTO' AD AVERE UNITA' DI VEDUTE E SI ERA MENO INCLINI A CRITICARE LA POLITICA AMERICANA (BENEFICIANDO COSI' DELLA PROTEZIONE AMERICANA CONTRO IL PERICOLO NUCLEARE SOVIETICO). MA ORA, PER LA FRANCIA, E IN SUBORDINE PER LA GERMANIA, QUELLA MINACCIA E' TRAMONTATA, PERCIO' SI PENSA DI NON AVERE PIU' BISOGNO DEGLI AMERICANI, CHE ANZI VENGONO VISSUTI CON PAURA E SOSPETTO. CERTO, SE UN ATTACCO TERRORISTICO SIMILE A QUELLO DELL'11 SETTEMBRE AVESSE COLPITO ANCHE L'EUROPA ORA TUTTO SAREBBE DIVERSO.

E' DA TEMERE, PERO', CHE SE GLI EUROPEI FOSSERO COLPITI ORA, DAREBBERO LA COLPA ALL'AMERICA.

IN DEFINITIVA, DI FRONTE ALLA REALTA' DI UN MONDO NUOVO IN CUI ESISTE UNA SOLA SUPERPOTENZA, GLI EUROPEI SONO GIUNTI A DUE CONCLUSIONI RADICALMENTE DIVERSE.

UNA E' QUELLA FRANCESE, E CIOE' CHE BISOGNA TENERE A BADA L'AMERICA, CON OGNI MEZZO POSSIBILE.

L'ALTRA E' QUELLA DELLA GRAN BRETAGNA SECONDO LA QUALE E' NECESSARIO LAVORARE CON GLI AMERICANI, PER INFLUENZARNE LE SCELTE.

COMUNQUE, L'AMERICA E' CONVINTA CHE SENZA POTERE MILITARE E' DIFFICILE AVERE PESO DIPLOMATICO: IL POTERE ECONOMICO DA SOLO NON BASTA. A UN'EUROPA DEBOLE NON RESTA ALTRA FUNZIONE CHE CRITICARE GLI STATI UNITI, CERCANDO IN TUTTI I MODI DI "MULTINAZIONALIZZARNE" LA POLITICA ESTERA: NON E' UNA BELLA PROSPETTIVA, NEPPURE PER GLI AMERICANI. . . .

E . . . DOPO L'ENNESIMA CRISI/GUERRA DI QUESTO "NUOVO MONDO" L'EUROPA TORNERA' A OCCUPARSI DI SE STESSA, COME SEMPRE, LASCIANDO CHE GLI

AMERICANI AFFRONTINO, CON LA PROPRIA FORZA E I PROPRI MORTI, LA PROSSIMA CRISI INTERNAZIONALE. ... >>.

3131 ) **LA PERFEZIONE? PUAHHHH!!!... PFUI !!!!....**  
<< ... NESSUNO CI VUOLE PERFETTI, TANTO MENO DIO. ... >>.

3132 ) **LEADER SI E' CON L'AZIONE, METTENDOSI IN GIOCO, NON SOLO A CHIACCHIERE STANDO SEMPRE DIETRO LE QUINTE O CRITICANDO/CONTRASTANDO GLI ALTRI.**

**(L'ESORTAZIONE AL "PRINCIPE LORENZO DE' MEDICI")**

<<..... NON SI DEBBA ADUNQUE LASCIARE PASSARE QUESTA OCCASIONE, ACCIO' CHE L'ITALIA DOPO TANTO TEMPO VEGGA UN **SUO REDENTORE**. NE' POSSO ESPRIMERE CON QUALE AMORE E' FUSSI RICEVUTO IN TUTTE QUELLE PROVINCIE CHE HANNO PATITO PER QUESTE ILLUVIONI ESTERNE: CON CHE SETE DI VENDETTA, CON CHE OSTINATA FEDE, CON CHE PIETA', CON CHE LACRIME. QUALI PORTE SE LI SERREREBBANO? QUALI POPOLI LI NEGHEREBBANO LA OBEDIENZA? QUALE INVIDIA SE LI OPPORREBBE? QUALE ITALIANO LI NEGHEREBBE L'OSSEQUIO?

**A OGNUNO PUZZA QUESTO BARBARO DOMINIO.**

PIGLI ADUNQUE LA ILLUSTRE CASA VOSTRA QUESTO ASSUNTO CON QUELLO ANIMO E CON QUELLA SPERANZA CHE SI PIGLIANO LE IMPRESE IUSTE.; ACCIO' CHE SOTTO LA SUA INSEGNA, E QUESTA PATRIA NE SIA NOBILITATA, E SOTTO LI SUA AUSPIZII SI VERIFICHII QUEL DETTO DEL PETRARCA:

**VIRTU' CONTRO A FURORE  
PRENDERA' L'ARME; E FIA EL COMBATTE CORTO,  
CHE' L'ANTICO VALORE  
NELL'ITALICI COR NON E' ANCOR MORTO. ... >>.**

3133 ) **CHI È INTELLIGENTE?**

**ECCO COME SI DIFFERENZIANO LE POCHISSIME PERSONE INTELLIGENTI DALLE MOLTISIME "MEDIOCRI"**



**LE PERSONE INTELLIGENTI, TRA L'ALTRO, RIESCONO A SFRUTTARE A PROPRIO VANTAGGIO ANCHE SITUAZIONI NEGATIVE, AVVERSE, OSTILI, SFAVOREVOLI. ESSE SONO CURIOSI, SOLITARIE E DOTATE DI AUTOCONTROLLO.**



<< ... **I 10 TRATTI COMUNI DELLE PERSONE MOLTO INTELLIGENTI** SONO STATI IDENTIFICATI SCIENTIFICAMENTE. ESSI SONO:

**1. SAPERE DI NON SAPERE**

È UNO DEI FONDAMENTI DEL PENSIERO SOCRATICO. ESSERE CONSAPEVOLI DI CIÒ CHE ANCORA SI IGNORA PORTA AL DESIDERIO DI CONOSCERE. LA TEORIA È SUPPORTATA ANCHE

DAL PIÙ RECENTE STUDIO DEGLI PSICOLOGI KRUGER E DUNNING, SECONDO CUI LE PERSONE MENO INTELLIGENTI TENDONO A SOPRAVVALUTARE LE PROPRIE CAPACITÀ.

## **2. AVERE UN'INSAZIABILE CURIOSITÀ**

ALBERT EINSTEIN DICEVA: *"NON HO PARTICOLARI TALENTI, SONO SOLO APPASSIONATAMENTE CURIOSO"*. NORMALMENTE, C'È UN LEGAME TRA L'INTELLIGENZA DEI BAMBINI, LA LORO APERTURA VERSO NUOVE ESPERIENZE, E LA CURIOSITÀ INTELLETTUALE IN ETÀ ADULTA.

## **3. AVERE UNA MENTALITÀ APERTA E SAPERSI ADATTARE ALLE VARIE CONDIZIONI/SITUAZIONI DELLA VITA**

LE PERSONE INTELLIGENTI SONO FLESSIBILI, IN GRADO DI DESTREGGIARSI CON SUCCESSO IN CONTESTI E SITUAZIONI DIVERSE, NONOSTANTE COMPLICAZIONI O RESTRIZIONI IMPOSTE. ... L'INTELLIGENZA DIPENDE DALLA CAPACITÀ DI MODIFICARE I PROPRI COMPORTAMENTI PER FAR FRONTE IN MODO PIÙ EFFICACE A UN AMBIENTE SPESSO OSTILE. ... ESSE SONO APERTE A NUOVE IDEE E OPPORTUNITÀ, DISPOSTE A PRENDERE IN CONSIDERAZIONE LE OPINIONI DEGLI ALTRI E LE SOLUZIONI ALTERNATIVE. GLI PSICOLOGI DICONO CHE L'INTELLIGENZA DISPONE AD AVERE AMPIE VEDUTE.

## **4. AMARE LA PROPRIA COMPAGNIA (IN SOLITUDINE)**

DIPANKAR TREHAN SOTTOLINEA CHE LE PERSONE MOLTO INTELLIGENTI TENDONO A ESSERE MOLTO INDIVIDUALISTE. UNO STUDIO RECENTE DIMOSTRA CHE PROVANO MENO SODDISFAZIONE DEGLI ALTRI A SOCIALIZZARE/FAMILIARIZZARE CON GLI AMICI.

## **5. AVERE AUTOCONTROLLO**

LE PERSONE INTELLIGENTI SONO IN GRADO DI SUPERARE L'IMPULSIVITÀ *"PIANIFICANDO, DEFINENDO GLI OBIETTIVI, ESPLORANDO STRATEGIE ALTERNATIVE E CONSIDERANDO LE CONSEGUENZE PRIMA DI AGIRE"*. ANCHE GLI STUDIOSI HANNO TROVATO UNA CORRELAZIONE TRA AUTOCONTROLLO E INTELLIGENZA. SOLITAMENTE, SE SI FA UN TEST TRA 2 RICOMPENSE ECONOMICHE: UNA PIÙ PICCOLA IMMEDIATA E UNA PIÙ GRANDE DA RICEVERE IN UN SECONDO MOMENTO. LE PERSONE CHE SCELGONO LA SOMMA PIÙ GRANDE, MA NON IMMEDIATA, QUASI SEMPRE HANNO PUNTEGGI PIÙ ALTI AI TEST DI INTELLIGENZA.

## **6. ESSERE SIMPATICHE/ATTRAENTI**

LE PERSONE INTELLIGENTI HANNO UN GRANDE SENSO DELL'UMORISMO E DELL'IRONIA: **PREFERISCONO FARE SORRIDERE GLI ALTRI**. ... UNO STUDIO HA RILEVATO CHE I COMICI PROFESSIONISTI HANNO UN PUNTEGGIO SUPERIORE ALLA MEDIA NEI TEST DI INTELLIGENZA.

## **7. ESSERE SENSIBILI ALLE ESPERIENZE DEGLI ALTRI**

PERCEPISCONO CON MAGGIORE FACILITÀ QUELLO CHE LE ALTRE PERSONE PENSANO O PROVANO. L'EMPATIA, LA CAPACITÀ DI CONDIVIDERE, SECONDO GLI PSICOLOGI, È UNA COMPONENTE FONDAMENTALE DELL'INTELLIGENZA EMOTIVA.

## **8. SAPERE COLLEGARE CONCETTI APPARENTEMENTE NON CORRELATI**

GLI INTELLIGENTI VEDONO CORRELAZIONI CHE GLI ALTRI NON VEDONO, RIUSCENDO A TRACCIARE PARALLELISMI TRA IDEE DISPARATE. ... CIÒ È UNA CARATTERISTICA DELLA CREATIVITÀ. PER ESEMPIO UN PROCESSO CREATIVO È QUELLO DI *"PRENDERE VECCHIE IDEE E LE COMBINARLE INSIEME IN MODO NUOVO"*.

## **9. RIMANDARE, RINVIARE ... SPESSO**

LA PROCRASTINAZIONE È LA CHIAVE DELL'INNOVAZIONE. ... COSÌ FACENDO SI PRENDE TEMPO PER PENSARE ED ELABORARE IDEE ORIGINALI, SENZA FARSÌ PRENDERE DALL'ANSIA CHE LO PORTEREBBE A SOLUZIONI PIÙ CONVENZIONALI, FAMILIARI, COMUNI/VECCHIE.

## **10. INTERROGARSI SULLE GRANDI QUESTIONI DELLA VITA**

SI PONGONO QUESTIONI SUL SENSO DELLA VITA E A VOLTE SI FANNO PRENDERE DALL'ANSIA, PERCHÉ HANNO LA CONSAPEVOLEZZA CHE LE COSE POSSANO ANDAR MALE. ... *"LE PERSONE INTELLIGENTI GUARDANO UNA SITUAZIONE DA PROSPETTIVE DIVERSE, ANCHE NEGATIVE"*. ... >>.



3134 )

## **ESISTONO I V E R I ... A M I C I ?**

<< . . . I V E R I A M I C I S I V E D O N O N E L M O M E N T O D E L L A F O R T U N A , A L C O N T R A R I O D E L L O G O C O M U N E C H E V U O L E C H E S I V E D A N O S O L T A N T O N E L L E A V V E R S I T À ' . N E L L A S F O R T U N A T I C H I A M A N O I B E C C A M O R T I P E R D I M O S T R A R T I L A L O R O S O L I D A R I E T À ' . Q U E L L I I N V E C E C H E R E S I S T O N O Q U A N D O S E I P O T E N T E

SONO I VERI AMICI. SANNO SUPERARE L'INVIDIA E LA SOFFERENZA DI VEDERE CHE TU HAI PIU' DENARO, PIU' SUCCESSO E PIU' RICONOSCIMENTI. . . . >>.

3135 )

## **LA GENTE ITALICA?**



**“E’ LA MIGLIORE DEL MONDO.  
I PREGIUDIZI FRETTOLOSI, MALEVOLI, INTERESSATI,  
GENERALIZZATI  
SONO SOLO DEGNI DI “MICROBI” SENZA STORIA”.**

<< . . . E’ FUORI DI DUBBIO CHE CERTE VECCHIE CARICATURE NON CORRISPONDONO AFFATTO ALLA REALTA’ DELLA GENTE ITALICA. ESSE SONO SOLO IL RISULTATO DI LIVORE/INVIDIE GRATUITI, DI PAURE/COMPLESSI DI INFERIORITA’ E DI ANTICHI PREGIUDIZI NORDICI E PROTESTANTI CONTRO I POPOLI LATINI E CATTOLICI E, IN PARTICOLARE, CONTRO L’ITALIA. SIAMO SEMPRE PIU’ STUPITI COME ALCUNI POPOLI/PAESI PENSANO DI SUPPORTARE LA LORO STORIA/ECONOMIA/CIVILTA’ CERCANDO DI RADICARE NELL’IMMAGINAZIONE COLLETTIVA STEREOTIPI E FALSE SEMPLIFICAZIONI SULL’ITALIA A DISPETTO DELLA STORIA, DEL CONTRIBUTO DI CIVILTA’ E, ANCHE, DEI MOLTI RISULTATI POSITIVI RAGGIUNTI DAL POPOLO ITALIANO IN UN BREVISSIMO PERIODO (SOLO UN SECOLO E MEZZO) DI **STORIA UNITARIA**. CERTO, CIO’ NON OFFUSCA IL NOSTRO SENSO CRITICO. ANZI NOI ITALIANI SIAMO I PIU’ ACERRIMI CRITICI DI NOI STESSI (CONTRARIAMENTE A QUANTO FANNO ALTRI: VEDI FRANCESI E INGLESII). INFATTI, ABBIAMO MOLTE QUALITA’, MA ANCHE, PARECCHI VIZI E DIFETTI DI “**CRESCITA NAZIONALE**” CHE NOI STESSI SIAMO I PRIMI A RICONOSCERE E A CERCARE DI COMBATTERE. SIAMO FRA LE MAGGIORI DEMOCRAZIE INDUSTRIALI MA ANCHE IL PAESE CON LA PIU’ ALTA PERCENTUALE DI LAVORO NERO (= 25% DEL PRODOTTO INTERNO LORDO); E, QUINDI, DI EVASIONE FISCALE. SIAMO IL PAESE IN CUI SONO NATE LE PIU’ ANTICHE UNIVERSITA’ DEL MONDO, QUELLO IN CUI NASCONO GENI/SCIENZIATI CHE ANTICIPANO/CONTRIBUISCONO ALLE PIU’ IMPORTANTI SCOPERTE MA ANCHE QUELLO IN CUI LA RICERCA SCIENTIFICA E’ MAGGIORMENTE TRASCURATA (CON FUGA DEI CERVELLI) E 2/3 DEGLI ISCRITTI ALLE UNIVERSITA’ ABBANDONANO GLI STUDI UNIVERSITARI. ABBIAMO UNA BUROCRAZIA ARRUGGINITA E MIOPE, UNA GIUSTIZIA LENTA E UNA SELVA DI REGOLAMENTI IN CUI CIASCUNO DI NOI CORRE CONTINUAMENTE IL RISCHIO DI SMARRIRSI. ABBIAMO REGIONI IN CUI L’AUTORITA’ DELLO STATO E’ MESSA A DURA PROVA DALLE GRANDI ORGANIZZAZIONI CRIMINALI. ABBIAMO MENO VIRTU’ CIVILI E RIGORE MORALE DI ALTRI POPOLI EUROPEI, E ABBIAMO UN SISTEMA POLITICO

ANCORA FRAGILE, INSTABILE, INCAPACE DI VALORIZZARE LE IMMENSE POTENZIALITA' ECONOMICHE, STORICHE, CULTURALI, CIVILI E DI CAPACITA' CREATIVA DEGLI ITALIANI. E TUTTO QUESTO PERCHE' ANCORA NON ABBIAMO RADICATO IL SENSO DELLA PATRIA COMUNE, DELL'ORGOGGIO NAZIONALE.

**QUANDO OGNI ITALIANO SAPRA' DIFENDERE  
CON FORZA, PASSIONE E FIEREZZA L'IMMAGINE DELL'ITALIA,  
DA BOLZANO A LAMPEDUSA,  
MOLTI DEI NOSTRI DIFETTI (E DEI NOSTRI PROBLEMI)  
SCOMPARIRANNO. . . . >>.**

3136 )

### **LA POLITICA?**

<< . . . E' . . . USCIRNE INSIEME. . . . >>.

3137 )

### **NEL SESSO, OGGI, A CHI LA PRIMA MOSSA?**



**IERI & OGGI**

<< . . . LA PERSONALITA' FEMMINILE, ORMAI, E' MOLTO CAMBIATA. LE DONNE VOGLIONO TUTTO E SUBITO. L'IDEA DI FARE LA PRIMA MOSSA DA' ALLE DONNE UNA GRANDE CARICA, UNA SENSAZIONE DI POTERE, DI CONTROLLO SUL MASCHIO. MA L'UOMO, IN QUESTO MODO, NON RIESCE A ECCITARSI, PERCHE' PERDE IL PIACERE DELLA CONQUISTA, OLTRE CHE PER STRESS, STANCHEZZA, ANSIA DA PRESTAZIONE SESSUALE, DIFFICOLTA' DI EREZIONE, DISINTERESSE.

**E ALLORA? A TUTTO C'E' UNA SOLUZIONE:**

- **PER LEI >** PER IL SUO "BENE", LA DONNA, QUANDO PUO' DEVE AVERE PAZIENZA E LASCIARE AL MASCHIO IL SUO RUOLO TRADIZIONALE. QUINDI, SE SI PUO', E' MEGLIO RILASSARSI, ASPETTARE CHE SIA LUI A FARE LA PRIMA MOSSA. E' CERTO CHE L'UOMO, RIACQUISTANDO SICUREZZA, TORNERA' FOCOSO, INFOIATO E PASSIONALE.
- **PER LUI >** SE E' LA DONNA CHE PRENDE L'INIZIATIVA, CHE VA ALL'ASSALTO, L'UOMO COLGA IL LATO VANTAGGIOSO DELLA FACCENDA. COSI', LIBERO DAL DOVERE DI FARE LA PRIMA MOSSA, CON TUTTI I PRELIMINARI, CI SI METTA COMODI E LASCIARE FATICARE LE. . . . >>.

3138 )

## NEL MONDO DELLA DISTRIBUZIONE, QUANTI NEGOZI POSSONO BASTARE?

**"PER SODDISFARE IL CONSUMATORE BISOGNA CONOSCERLO.  
ALTRIMENTI, IL BUSINESS E' A RISCHIO".**



<< . . . QUANDO SI VUOLE AVVIARE UN'ATTIVITA' COMMERCIALE, LA PRIMA DOMANDA CHE CI SI PONE E': C'E' ANCORA SPAZIO E RELATIVA DISPONIBILITA' ECONOMICA PER UN ALTRO NEGOZIO COME IL MIO? MA ANCHE, UN'ALTRA RIFLESSIONE PIU' IMPORTANTE DELLA PRIMA E': I CLIENTI AVVERTONO L'ESIGENZA DI UN ALTRO NEGOZIO? IN TALE CASO, CHE GENERE DI NEGOZIO DOVREBBE ESSERE? LA RISPOSTA E' CHE MAN MANO CHE IL CLIENTE DIVENTA PIU' SOFISTICATO ED ESIGENTE,

- EGLI ANTEPONE IL **PREZZO** AD OGNI ALTRA CONSIDERAZIONE, **NON E' FEDELE** AD UNA MARCA, VUOLE ENTRARE E USCIRE DAL NEGOZIO SPENDENDO **MENO TEMPO** E **DENARO** POSSIBILE.
- IL **PREZZO** BASSO E UNA **QUALITA'** BASSA MA **ACCETTABILE**, SONO LE PRINCIPALI ATTRATTIVE PER LA MAGGIORANZA DELLA CLIENTELA.
- PRIMA DELLA NASCITA DI UN NUOVO NEGOZIO, IL CLIENTE ACQUISTAVA NEL NEGOZIO CHE OFFRIVA AL MEGLIO LE UNICHE COSE A CUI E' INTERESSATO: IL **PREZZO**, LA **SEMPLICITA'**, E IL **RISPARMIO DI TEMPO**.

INOLTRE, PER FUNZIONARE OGGI, UNA DELLE DOTI DI UN NEGOZIO E' DI NON CERCARE DI PIACERE A TUTTI MA DI OFFRIRE UN **SEGMENTO** CHIARAMENTE DEFINITO DEL MERCATO. TENTARE DI SODDISFARE UN TARGET PUO' RENDERE MOLTO DI PIU' DEL TENTATIVO DI ESSERE ANONIMAMENTE RIVOLTI A TUTTI. ANCHE IL DISCOUNT E' UNA SPECIALIZZAZIONE MIRATA A SODDISFARE ESIGENZE SPECIFICHE. QUINDI:

- L'ARMA VINCENTE DEI COMMERCianti DI MAGGIORE SUCCESSO E' LO SVILUPPO DI **NEGOZI MIRATI** AD UN **SEGMENTO** CHIARAMENTE DEFINITO DEL MERCATO.

A TALE PROPOSITO, OGGI, SI POSSONO CLASSIFICARE **6 FASCE DI CLIENTI** BEN DISTINTI, FONTI DI POSSIBILI AFFARI:

### **1) IL CLIENTE FUNZIONALE:**

EGLI VEDE LA SPESA COME UNA FUNZIONE DI ROUTINE INERENTE IL SUO RUOLO NELLA FAMIGLIA. LA SPESA E' QUALCOSA CHE VA FATTA, RIENTRA NELLE PRIME NECESSITA'. EGLI, PERCIO', SCEGLI UN NEGOZIO PERCHE' E' COMODO ARRIVARCI: NON C'E' NESSUNA FEDELTA'. EGLI ABBANDONA IL VECCHIO NEGOZIO SE NE APRE UNO PIU' COMODO/VICINO A CASA SUA O AL LUOGO DI LAVORO.

### **2) IL CLIENTE "FAI DA TE-DI TIPO A":**

E' IL PIU' ESIGENTE E ATTENTO. HA DEGLI STANDARD, E' UN PERFEZIONISTA. E' DISPOSTO A FARE PIU' STRADA PER FARE LA SPESA, E' UN GIUDICE SEVERO. AMA CUCINARE E TENERE LA CASA E NE VA ORGOGLIOSO. PER LUI I FATTORI PRIMARI DI SCELTA SONO LA SELEZIONE E LA QUALITA' DEI PRODOTTI CHE VA AD ACQUISTARE. IL SERVIZIO E' IMPORTANTE MA IL PRODOTTO E LA SELEZIONE SONO I FATTORI CHE DETERMINANO LA SUA SCELTA.

**3) IL CLIENTE "FAI DA TE-DI TIPO B":**

PER LUI, IL CIBO E IL SUO ACQUISTO SONO UN HOBBY, UN GIOCO, UNA PIACEVOLE ATTIVITA', NON UNA "SCIENZA". E' UNA PERSONA ESTROVERSA. RIESCE AD ACCETTARE PIU' COSE DEL NEGOZIO. IL SERVIZIO, LA QUALITA' E L'ATTEGGIAMENTO DEL VENDITORE SONO MOLTO IMPORTANTI. EGLI E' PIU' ORIENTATO ALLE PERSONE CHE AL PRODOTTO. SE TRATTATO BENE E IN MODO ACCATTIVANTE E' UN CLIENTE MOLTO REDDITIZIO. GUAI A TRATTARLO COME UN CLIENTE QUALUNQUE. I NEGOZI IMPRONTATI CHIARAMENTE AL SERVIZIO SONO I PIU' ATTRATTIVI PER QUESTO TIPO DI CLIENTE.

**4) IL CLIENTE SPECIALISTA:**

E' UN COMPRATORE ATTENTO, E' CONSAPEVOLE DELLA PULIZIA, DEGLI ADDETTI EDUCATI, DEL PRODOTTO BUONO, HA PERCIO' MOLTE ANALOGIE COI CLIENTI "2" E "3". RIENTRA NELLA TIPOLOGIA DEL CLIENTE MEDIO TRANNE CHE PER L'ASSORTIMENTO CHE ESIGE LEGATO AI SUOI "PIATTI SPECIALI" (IL TAGLIO DI CARNE, LA VERDURA RARA, IL PESCE FRESCO E NON CONSUETO). SE SI VUOLE CHE QUESTO CLIENTE Torni CON REGOLARITA' NEL NEGOZIO, OCCORRE ARRIVARE A CONOSCERE LE SUE ESIGENZE SPECIFICHE, E MOSTRARE ATTENZIONE PER LE SUE NECESSITA' PER QUANTO PARTICOLARI E PICCOLE.

**5) IL CLIENTE "RACCATTA CILIEGIE":**

E' QUELLO CHE ANTEPONE IL PREZZO A QUALSIASI ALTRO VALORE. EGLI SPENDE TEMPO E DENARO (NON METTE IN CONTO IL PREZZO DELLA BENZINA) PER TROVARE I PREZZI MIGLIORI DELLE MARCHE CONOSCIUTE. TALVOLTA, QUESTA ABITUDINE SCONFINA NELLA NEVROSI. EGLI E' UN CACCIATORE DELLE OCCASIONI SPECIALI, DELLE SVENDITE, DEGLI SCONTI DI FINE STAGIONE: PERCIO' NON SARA' MAI UN BUONO E FEDELE CLIENTE PER NESSUN COMMERCIANTE. EGLI E' IL PIU' RICETTIVO DELLA PUBBLICITA' COMMERCIALE E IL MENO REDDITIZIO PER IL NEGOZIO. E' IL CLIENTE PIU' "PESANTE" E SPESSO FASTIDIOSO.

**6) IL CLIENTE "STILISTA":**

E' MOLTO GIOVANE RISPETTO AGLI ALTRI, APPARTIENE A UNA FAMIGLIA DI REDDITO MEDIO-ALTO E PUO' ESSERE MOLTO FEDELE. HA UN PARTICOLARE OCCHIO DI RIGUARDO PER IL "VALORE". IL PREZZO E' UN PARAMETRO MA NON QUELLO DECISIVO. IL VALORE DA LUI PERCEPITO COMPRENDE LA QUALITA', IL SERVIZIO, LA SELEZIONE ORDINATA, LO STILE DI PRESENTAZIONE/MERCHANDISING, CON UN GRANDE TOCCO DI TEATRALITA'. PUO' ESSERE UN CLIENTE MOLTO BUONO E FEDELE.

PER QUANTO CONCERNE LO **STILE DEL NEGOZIO** E' DIFFICILE DA DESCRIVERE, PERCHE' RICHIEDE UN FORTE CARATTERE PERSONALE. MA PERCHE' LO STILE ABBAIA SUCCESSO, DEVE ESSERE UNICO. CIO' RICHIEDE UNA COMBINAZIONE TRA LA SELEZIONE DELLA MERCE, L'ORDINE, LA PULIZIA, IL PERSONALE BEN ADDESTRATO, UN'IMMAGINE BEN IDENTIFICABILE/NON ANONIMA, DESIGN, BRIO. CIOE', **STILE** E' QUALCOSA CHE E':

**DIFFICILE DA DESCRIVERE MA FACILE DA RICONOSCERE.**

IN DEFINITIVA, ALLA BASE DELLO SVILUPPO DI UN *FORMATO COMMERCIALE* DI SUCCESSO DEVE ESSERCI UN'APPROFONDITA E DETTAGGIATA CONOSCENZA E

COMPRESIONE DEI CLIENTI CHE COMPRENDE GLI STILI DI VITA DELLE FAMIGLIE, L'INFORMAZIONE SUI CONSUMI, SULL'ALIMENTAZIONE, SULLA PREPARAZIONE DEI PASTI. OGGI, IN QUALSIASI ANGOLO DEL MONDO ECONOMICAMENTE SVILUPPATO SI E' SATURI DI NEGOZI, SOLO LA **SPECIALIZZAZIONE** E UN ATTENTO, CONTINUATO E DETTAGLIATO **MONITORAGGIO** DEL MERCATO APPARE ESSERE L'UNICO MODO EFFICACE PER COMPETERE E CRESCERE NEGLI ANNI A VENIRE. I *PRODUTTORI* HANNO DOVUTO AFFRONTARE QUESTA REALTA' DA QUALCHE ANNO ORA TOCCA AI *COMMERCianti*. ... >>.



3139 )

### **CONFORMISTI O DIVERSI?**

**“LE PERSONE PARTICOLARI, SPECIALI, CHE SI DISTINGUONO DALLA MASSA, DAL GREGGE, HANNO DUE POSSIBILITA':  
OMOLOGARSI O ACCETTARE L'ISOLAMENTO”.**

<< . . . PER DEFINIZIONE SONO I CONFORMISTI A ESSERE POPOLARI, AD AVERE MOLTI AMICI, AD AVERE SUCCESSO CON LE DONNE. CHI HA LA RIGIDITA', L'ORGOGGIO E LA FIEREZZA DI MANTENERSI *DIVERSO* DAL GREGGE/MASSA DEVE SUBIRE/TOLLERARE, QUASI SEMPRE, LA **SOLITUDINE**. E LA SOLITUDINE E' SEMPRE CRUDELE E INGIUSTA E BRUCIA COME UN PICCOLO FUOCO PERENNE. MA, SE UNO VUOLE MANTENERSI COSI' COME E' OCCORRE ABITUARSI A TALE CONDIZIONE DI SOLITUDINE. LE PROPOSTE ESTERNE DI CAMBIAMENTO, SPESSO SONO STUPIDE PERCHE' NON TENGONO CONTO CHE NON SI CAMBIA COSI' FACILMENTE. SI PUO' ESSERE, PERO', MENO *DRASTICI*: NON C'E' NULLA DI MALE SE, NELLA VITA, CI SI SPOSTA DI UN “MILLIMETRO” O ANCHE DI UN “CENTIMETRO”. E' NOCIVO, PERNICIOSO, DEMENZIALE E, PERCIO', PATOLOGICO ACCENTUARE A TUTTI I COSTI LE DIFFERENZE, LA SEVERITA' NEI CONFRONTI DEGLI ALTRI, DEI CONFORMISTI, DI QUELLI CHE SANNO RELAZIONARSI CON GLI ALTRI. BASTA PENSARE CHE, FORSE, GLI ALTRI CON INTELLIGENZA MOSTRANO LE “INSEGNE” DEL CONFORMISMO COME MEZZO PER ESORCIZZARE LA SOLITUDINE. E COMUNQUE:

**“IL DIVERSO DEVE FARE UNO SFORZO  
DI RICONCILIAZIONE COL MONDO,  
SE NO LA SUA VITA NON HA ALCUN SENSO”.**  
**IN FONDO, MENO MALE CHE TUTTI SIAMO DIVERSI! ... >>.**



3140 )

## A PROPOSITO DI *PROSTITUZIONE* E DI *CASINI*:



## QUAL E' IL RISULTATO DELLA STRATEGIA *CATTO-COMUNISTA*?

<< . . . TRA LE NOSTRE MASSE SI E' FATTA SENTIRE UN'ALTRA VOCE, DELLA QUALE CHIEDO DI FARMI ECO: "LA SFRENATEZZA DELLA VITA E' UN SINTOMO DI DECADENZA. IL PROLETARIATO E' UNA CLASSE CHE DEVE PROGREDIRE. NON GLI OCCORRE L'EBBREZZA. NE' COME STORDIMENTO, NE COME STIMOLO. DOMINIO DI SE', AUTODISCIPLINA, NON SCHIAVITU', NEMMENO IN AMORE". SIGNORI, QUESTO E' L'INSEGNAMENTO DI **LENIN** AI GIOVANI DEL SUO PAESE, MA ANCHE NOI DOVREMMO ACCOGLIERLO, PERCHE' ESSO NON CONTRADDICE I NOSTRI CREDI – **SENATRICE MERLIN – 12/10/1949** -

### IL RISULTATO?

E' CHE LE STRADE SI SONO RIEMPIE  
DI PROSTITUTE E DI VIADOS DI OGNI COLORE. . . . >>.

3141 )

## A PROPOSITO DI *VOGLIE*.



<< . . . "NELLA VITA LE COSE DI CUI ABBIAMO PIU' VOGLIA HANNO LA SPECIALITA' DI ARRIVARE SEMPRE TROPPO TARDI O DI NON ARRIVARE MAI!".  
"VI SONO DUE TRAGEDIE NELLA VITA: UNA DI NON APPAGARE UNA VOGLIA PROFONDA, E L'ALTRA DI .... APPAGARLA".  
"CON LA VOGLIA CRESCE LA DOGLIA".  
"VEDERE E NON TOCCARE E' UN BELLO SPASIMARE".  
"LA VERITA' VERA E' CHE LA VOGLIA LOGORA CHI CE L'HA E CHI NON CE L'HA".  
MA AL MONDO: "OGNI PROFONDA CONVINZIONE E OGNI GRANDE IMPRESA COMINCIANO CON UNA VOGLIA." . . . >>.



**LE RICERCHE NEUROLOGICHE MOSTRANO CHE IL CERVELLO RISPONDE AGLI ELOGI, ALLA VALORIZZAZIONE E AL RICONOSCIMENTO DEI MERITI NELLO STESSO MODO (SE NON MEGLIO) IN CUI REAGISCE ALLE RICOMPENSE ECONOMICHE. ... NELLE NEGOZIAZIONI, NEGLI INCONTRI/RIUNIONI AZIENDALI, ... QUANDO LE PERSONE VENGONO RICONOSCIUTE E LE SI CHIAMA COL LORO NOME, ... ESSE DIVENTANO PIÙ DISPONIBILI, DISPOSTE AI COMPROMESSI, ...; ANZI, SI SENTONO MENO LEGATE ALLA "PARTE" CHE DEVONO ESPRIMERE/RAPPRESENTARE/... MOSTRANDO UNA MAGGIORE FIDUCIA VERSO L'INTERLOCUTORE, IL RESPONSABILE/CAPO, ... L'AUTONOMIA E LA FIDUCIA FA ESPRIMERE, ALLE PERSONE, MAGGIORI: CONTROLLO/INTERESSE, DEDIZIONE/PASSIONE, DEVOZIONE/ATTACCAMENTO, ... RENDE IL LAVORO PSICOLOGICAMENTE PIÙ GRATIFICANTE/APPAGANTE DI UN AUMENTO DI SALARIO. ... I NOSTRI CERVELLI SONO SENSIBILI ALLA RICERCA DELL'AUTONOMIA (DELLA "STIMA"): REAGISCONO NEGATIVAMENTE QUANDO ESSA È MINACCIATA. ... LA FAMILIARITÀ GENERA FIDUCIA, ASPETTATIVE, SPERANZE, ...; PERÒ, LA FIDUCIA NON PUÒ ESSERE SEMPLICEMENTE "COMANDATA" (LEGIFERATA/IMPOSTA), ... ANCHE SE L'"AVVERSIONE ALLA DISUGUAGLIANZA" (A PAROLE) È MOLTO IMPORTANTE/APPREZZABILE IN UN'ORGANIZZAZIONE. ... PERTANTO, SI SAPPÍA, QUANDO LE PERSONE AVVERTONO CHE UN CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO È STATO ATTUATO E GESTITO IN MODO EQUO, REAGISCONO PIÙ POSITIVAMENTE. ... SIA CHIARO, INFINE: "LA CAPACITÀ DI CAMBIARE È UNA QUALITÀ SOLO DEI CERVELLI INTELLIGENTI/AUTONOMI."**

**<< ... UN BEL GIORNO, CI VIENE RICHIESTO DI "FAR FRONTE" A QUALCOSA DI NUOVO, ... DI CAMBIARE: IDEE (PREGIUDIZI), DESIDERI/INCLINAZIONI, MODELLI ("VECCHI") DI VITA, UN CERTO MODO DI FARE LE COSE, DI PRESENTARSI IN PUBBLICO, DI IMPARARE NUOVI METODI/TECNOLOGIE, CAMBIARE SCUOLA-INSEGNANTI-COMPAGNI/AZIENDA-CAPI-COLLEGGI, CAMBIARE ORIENTAMENTO E MODA, MODIFICARE OBIETTIVI, INTEGRARSI IN NUOVE FAMIGLIE (PER: ABBANDONO DELLA FAMIGLIA DA PARTE DI UN CONSORTE, PER INCOMPRESIONI IN FAMIGLIA, CON SEPARAZIONE/DIVORZIO DEI CONIUGI, ... ), PER MUTAMENTO DI "UMORE" IN FAMIGLIA, PER ACQUISIRE NUOVI AMICI-MENTALITÀ, PER VARIAZIONE DI GOVERNO, ... . LA "LISTA" È LUNGHISSIMA E A VOLTE I CAMBIAMENTI CHE SI PRESENTANO SONO "GIGANTESCHI" E NON FACILMENTE COMPRESIBILI (SPESSO, IN CONTRASTO CON LA PIGRIZIA/MEDIOCRITÀ MENTALE DELLE PERSONE). ... IL CERVELLO UMANO, CHE È ABITUDINARIO E AMA L'ASSUEFAZIONE ALLA CONSUETUDINE/COSTANZA/"ROUTINE" (PERCHÈ GLI PERMETTE DI RISPARMIARE ENERGIA E LO PROTEGGONO DALL'IGNOTO) NON SEMPRE È UN ALLEATO. ... ALCUNE PERSONE SONO PIÙ INTELLIGENTI/CREATIVE, FLESSIBILI, CURIOSI, DINAMICHE, ...; ALTRE, PURTROPPO, MOLTO MENO (I PEGGIORI - SICILIANAMENTE - SONO I: "MAMMA UNNI 'A METTU?"). ... SOVENTE, LA "FATICA/STRESS" E L'IMPEGNO DIVENTANO "GRANDISSIMI" SE CI SI TROVA NON SOLO A CAMBIARE IN PRIMA PERSONA MA ANCHE AD AIUTARE GLI ALTRI A FARLO. ... COMUNQUE, È INTERESSANTE CONOSCERE QUALCHE "IDEA" UTILE/PRACTICA (IN NOI E "FUORI DI NOI) PER VIVERE/CONTROLLARE/RICONOSCERE/... IL CAMBIAMENTO CON MENO "STRESS/FATICA" E PIÙ MOTIVAZIONE, GUSTO E SODDISFAZIONE. ... INNANZITUTTO, È DA DIRE CHE I NOSTRI CERVELLI SONO "PRUDENTI" RIGUARDO AL CAMBIAMENTO. ... NON APPENA SI INCONTRA QUALCOSA DI NUOVO O INASPETTATO, IL CERVELLO VALUTA, AUTOMATICAMENTE, SE RAPPRESENTA UNA MINACCIA PER IL NOSTRO BENESSERE, PER LA NOSTRA SOPRAVVIVENZA; OPPURE UNA POTENZIALE RICOMPENSA. QUESTO, SPESSO, ACCADE A LIVELLO INCONSCIO. ... PER ESEMPIO, QUANDO CI SENTIAMO MINACCIATI (FISICAMENTE O PSICOLOGICAMENTE) IL CERVELLO ATTIVA IL MECCANISMO DEL "FIGHT-FLIGHT-FREEZE" (LEGATO A MUTAMENTI FISIOLGICI). OVVERO, SI AVVERTONO:**

**AUMENTO DELLA FREQUENZA CARDIACA, ACCELERAZIONE DELLA RESPIRAZIONE, PRESSIONE ALTA, RALLENTAMENTO DELLA DIGESTIONE, VISTA APPANNATA, PERDITA (TALVOLTA) DELL'UDITO, ... .**

**... POI, SE LA MINACCIA (PIUTTOSTO CHE LE OPPORTUNITÀ, I MIGLIORAMENTI, LE RICOMPENSE, ...) È GRAVISSIMA, SI VERIFICA IL FENOMENO CONOSCIUTO COME "SEQUESTRO DELL'AMIGDALA" (>"AMYGDALA HIJACK"): OVE IL CERVELLO, ATTIVA "MECCANISMI FISICI" CHE DANNO LA PRIORITÀ ALLA SOPRAVVIVENZA. ... ATTENZIONE: CON TALI MALESSERI, È VITALE CHIEDERE, A QUESTO PUNTO, UN AIUTO ALL'"ESTERNO": MAGARI ALLA "NEUROPSICOLOGIA". ... >>.**

3143 )

## LE STORIELLE DA RACCONTARE PRIMA DI UN *DISCORSO SERIO* (ADATTANDOLE ALL'OCCASIONE)?

**ATTIRANO MOLTA ATTENZIONE QUELLE SUL RAPPORTO TRA UOMO E DONNA.**



<< . . .

- IL MARITO: "WEEK-END DI SANGUE SULLE STRADE, MARIA!". - " E TUUUU, SEMPRE QUI A CASA, CICCIO?".
- "IO E MIA MOGLIE SIAMO STATI FELICI PER 20 ANNI. POI CI SIAMO INCONTRATI".
- IL MARITO:"TU MI HAI DATO CERTO LE PAGINE PIU' BELLE DELLA TUA VITA, MA IO TI HO DATO LE PAGINE PIU' BELLE DEL MIO LIBRETTO DI ASSEGNI!".
- IL MARITO ENTRANDO IN CAMERA DA LETTO CON L'ASPIRINA E UN BICCHIERE D'ACQUA: "CARA, SONO PER IL TUO MAL DI TESTA". "MA IO NON HO ALCUN MAL DI TESTA!". "FREGATAAAAAAAAAAAAA!!!!!!".
- LA FIDANZATA ATTEMPATA, DOPO MOLTI ANNI DI FIDANZAMENTO: "CARO, NON SAREBBE ORA CHE CI SPOSASSIMO?" - "CERTO, MA ALLA NOSTRA ETA' CHI VUOI CHE CI VOGLIA PIU'?"
- "SONO CONTRARIO AI RAPPORTI PRIMA DEL MATRIMONIO . FANNO ARRIVARE TARDI ALLA CERIMONIA".
- "SE UN GIORNO INCONTRERO' LA DONNA DEI MIEI SOGNI, CHE NE FARO' DI MIA MOGLIA?"
- I CONSIGLI UTILI: SE CERCATE UN'AMICA: CHE SIA RICCA. SE CERCATE UN'AMANTE: CHE SIA BELLA. SE CERCATE UNA MOGLIE: CHE SIA ARTERIOSCLEROSI?
- UNA FAVOLA AMERICANA: "LUI LA INCONTRA ALLA MATTINA, LA SPOSA LA SERA STESSA E LA UCCIDE L'INDOMANI MATTINA. MORALE: "LA NOTTE PORTA CONSIGLIO".
- A TUTTE LE DONNE: STATE IN GUARDIA, PERCHE' SE UN BACIO PUO' TRASFORMARE UN ROSPO IN UN PRINCIPE AZZURRO, UNA CERIMONIA NUZIALE TRASFORMA SEMPRE UN PRINCIPE AZZURRO IN UN ROSPO.
- DUE AMICI PARLANDO DELLE MOGLI: "GUARDA MIA MOGLI E' UN ANGELO!" - "BEATO TE .. LA MIA E' ANCORA IN VITA!".
- I MIEI DUE MATRIMONI SONO STATI DUE TRAGEDIE. LA MIA PRIMA MOGLIE SE NE E' ANDATA DOPO UN ANNO. LA SECONDA E' RIMASTA.
- L'UNICA COSA CHE MI CONSOLA DI ESSERE DONNA E' LA CERTEZZA CHE NON NE SPOSERO' MAI UNA.
- LA FOLLIA E' SPESSO CAUSA DI DIVORZIO, MA PIU' SPESSO E' CAUSA DI MATRIMONIO.
- CERTE DONNE AMANO TALMENTE IL PROPRIO MARITO CHE PER NON SCIUPARLO USANO QUELLO DELLE LORO AMICHE.

- NON CRITICATE MAI LA MANCANZA DI INTELLIGENZA DI VOSTRA MOGLIE: PUO' ESSERE STATA PROPRIO QUELLA A IMPEDIRLE DI TROVARE UN MARITO MIGLIORE DI VOI. . . . >>.

3144 )

**LE RISORSE PIU' IMPORTANTI  
DEL 3° MILLENNIO?  
IL TEMPO E LA CREATIVITA'  
(CIOE' ANCORA L'UOMO).**



<< . . . QUALCUNO HA SCRITTO CHE NEL 3° MILLENNIO IL **TEMPO** E' LA RISORSA PIU' IMPORTANTE CHE ABBIAMO A DISPOSIZIONE. PERO' E' SEMPRE L'**UOMO** CHE DETERMINA IL SUCCESSO DI UN'IMPRESA CON LA SUA CREATIVITA', LA SUA TENACIA, LA SUA VOLONTA', LE SUE SCELTE, IL SUO CORAGGIO, LA SUA CAPACITA' DI GESTIRE/DOMINARE IL **TEMPO** E, PERCIO', LA SUA AZIONE. E, ALLORA, L'**UOMO**, DOMINANDO IL **TEMPO** ( CHE GENERA IL **CAMBIAMENTO** ) PUO' VINCERE LA VERA SFIDA NELL'AZIENDA/MONDO MODERNI ANTICIPANDO COSI' IL **CAMBIAMENTO**. COME? CON LE PROPRIE SCELTE E DISPONENDO AL MEGLIO (VEDI **CREATIVITA'**) DI **ENERGIE**, **VISIONE** E **POTERE ECONOMICO** (CERTAMENTE NON IN SENSO BUROCRATICO/AMMINISTRATIVO). IN UN UNIVERSO IN COSI' RAPIDA EVOLUZIONE, QUINDI, SOLO CHI SA VEDERE IL **CAMBIAMENTO** ( CHE HA COME MOTORE PRINCIPALE IL **TEMPO**) DA **ALLEATO** PIUTTOSTO CHE COME UNA MINACCIA PUO' AFFRONTARE CON CORAGGIO ED EFFICACIA LE SFIDE CHE LO ATTENDONO. SE NO, SARA' SCHIAVO DEL **TEMPO/CAMBIAMENTO**.

**TUTTO SI PRESENTA IMPORTANTE E DA RISOLVERE/AFFRONTARE  
SUBITO,  
MA E' L'UOMO CHE DEVE STABILIRE IN OGNI OCCASIONE  
LA LISTA DELLE PRIORITA'. . . . >>.**



3145) **A PROPOSITO DI ... QUALITÀ & SERENITÀ**



<< ... **“L’EMANCIPAZIONE FEMMINILE E L’ACCETTAZIONE DEI VARI ORIENTAMENTI SESSUALI DELL’UMANITÀ SARANNO UN FATTORE DECISIVO NELLA COSTRUZIONE DI UNA “VITA” QUALITATIVAMENTE MIGLIORE SULLA TERRA.” (H.M./fd) - “IL SAGGIO VIVRÀ NON QUANTO PUÒ MA QUANTO DEVE. E DECIDERÀ DOVE VIVERE, CON CHI, IN CHE MODO, E QUALE ATTIVITÀ SVOLGERE. EGLI BADA SEMPRE ALLA QUALITÀ, NON ALLA LUNGHEZZA DELLA VITA.” (L.A.S.) - “LA QUALITÀ NON È MAI CASUALE; È SEMPRE IL RISULTATO DI UNO SFORZO INTELLIGENTE.” (J.R.) - “LA QUALITÀ È L’OSSIGENO CHE CI MANCA, E SE UNA NAZIONE È IN “ASFISSIA” (L’ITALIA?) È PERCHÉ DA TROPPI ANNI RESPIRA MEDIOCRITÀ.” (M.S.) & “SERENITÀ (>FELICITÀ) È QUANDO CIÒ CHE DICI, CIÒ CHE PENSI, CIÒ CHE FAI, SONO IN PERFETTA ARMONIA.” (M.G.) - “LA SERENITÀ (>FELICITÀ) È STARE IN PACE CON SE STESSI E IN ARMONIA CON GLI ALTRI.” (S.S.) - “ECCO UNA COSA GRANDIOSA: AVERE LA DEBOLEZZA DI UN UOMO E LA TRANQUILLITÀ DI UN DIO.” (L.A.S.) - “IL SUCCESSO (>SERENITÀ/FELICITÀ) È POTER CORICARSI OGNI SERA CON L’ANIMA IN PACE.” (P.C.) & “SE SI VUOLE CONQUISTARE LA QUALITÀ E LA SERENITÀ/FELICITÀ NELLA VITA, OCCORRE SCEGLIERE LE “STRADE” PIÙ DIFFICILI, MAGARI “IN SALITA” (CHE CONSENTONO MEGLIO DI VEDERE COSA SUCCEDERE IN “BASSO”). ... LE “STRADE” FACILI, “IN DISCESA” (FATTI DI: RIFIUTO DEL CONFRONTO, RETICENZA, DISINTERESSE, INCAPACITÀ DI COMUNICARE/DISCUETERE/CAMBIARE, OSTILITÀ, SILENZIO), PRODUCONO SOLO TRISTEZZA, EMARGINAZIONE, FREDDENZA, DISTACCO, ISOLAMENTO, BOCCIATURA/INSUCCESSO, INIMICIE, INCOMPRESIONI.” (fd) ... >>.**

3146) **SAPER COMUNICARE, CHE SIGNIFICA?**



<< ... UNA BUONA COMUNICAZIONE TRA LE PARTI E’ CERTAMENTE UN PUNTO DI SUCCESSO: SAPERSI RELAZIONARE, ASCOLTARE, COGLIERE L’ESATTA DIMENSIONE DEI MESSAGGI ALTRUI COSTITUISCONO ALTRETTANTE ABILITA’ E PUNTI DI FORZA SIA IN AMBITO ORGANIZZATIVO SIA NEL PERSONALE QUOTIDIANO. L’EFFICACIA DELLE RELAZIONI INTERPERSONALI, IN AMBITO AZIENDALE, È STRETTAMENTE LEGATA CON IL CLIMA E CON LA

MOTIVAZIONE AL LAVORO. SE DA UNA PARTE IL COMUNICARE E' PRASSI COSTANTE DELLA NOSTRA VITA (LAVORATIVA E NON), DALL'ALTRA, TALE PROCESSO PUO' ESSERE AFFINATO ED ARRICCHITO PRIMA DI TUTTO MIGLIORANDO LA PROPRIA **CULTURA** (LEGGERE, LEGGERE, LEGGERE, ASCOLTARE, ASCOLTARE, ASCOLTARE, GUARDARE, GUARDARE, GUARDARE, ESSERE CAPACI DI STARE IN SILENZIO, .) E DI CONSEGUENZA LA PROPRIA SENSIBILITA' E LE PROPRIE CAPACITA' EMPATICHE. . . . >>.



3147 )

## **IL SUCCESSO DELL'AZIENDA DERIVA DALLA CAPACITA' DI RELAZIONE COL CLIENTE?**

<< . . . IL "MOMENTO DELLA VERITA'" NELLA GESTIONE DELL'AZIENDA E' QUELLO IN CUI IL PERSONALE DI CONTATTO ( O "FRONT LINE") INCONTRA O SI RELAZIONA COL CLIENTE. TUTTA LA PUR NECESSARIA PROGETTAZIONE/ORGANIZZAZIONE/CREATIVITA'/RISORSA A MONTE DI QUESTO MOMENTO POTREBBE VENIRE VANIFICATA DA UN NEGATIVO RAPPORTO CHE FORZATAMENTE CONDURREBBE IL CLIENTE A NON VALUTARE GLI SFORZI, LE RISORSE AZIENDALI PRECEDENTI, MA A TRARRE PROPRIO DA QUELL'UNICA OCCASIONE UN SENTIMENTO DI INSODDISFAZIONE. E' ALLORA EVIDENTE COME SIA NECESSARIO DEDICARE UNA PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA FORMAZIONE DEL FRONT-LINE, AIUTANDOLO A GESTIRE L'INCERTEZZA DI TALE CONTINGENZA ATTRAVERSO UNA MAGGIORE CONSAPEVOLEZZA DEL PROPRIO RUOLO RELAZIONALE E UNA ACCRESCIUTA SICUREZZA NELLA PROPRIA CAPACITA' COMUNICATIVA, SIA VERBALE CHE NON VERBALE.

*QUALI SONO LE QUALITA' FONDAMENTALI DEL FRONT-LINE?*

- *AVERE CHIARO L'ESSENZIALITA' DEL "MOMENTO MAGICO" DEL CONTATTO COL CLIENTE;*
- *POSSEDERE LE CHIAVI DI LETTURA DEL PROCESSO RELAZIONALE, IN PARTICOLARE PER QUANTO RIGUARDA LA GESTIONE DELLE RELAZIONI CRITICHE;*
- *POSSEDERE LA SENSIBILITA' SUGLI EFFETTI CHE LA COMUNICAZIONE PERSONALE, VERBALE E NON, SUSCITA SUI "RICEVENTI";*
- *AVERE CAPACITA' DI CONTROLLO DELL'**ANSIA**;*
- *AVERE CONSAPEVOLEZZA/PADRONANZA SULLA GESTIONE ADEGUATA DELLA VOCE, DELLO SGUARDO E DELLA GESTUALITA' ESATTAMENTE COME PER UN*

**CONSUMATO ATTORE TEATRALE.** . . . >>.

3148 )

## LE RIUNIONI: COME OTTIMIZZARLE?



<< . . . CONDURRE UNA RIUNIONE NON E' ASSOLUTAMENTE ABILITA' SPONTANEA O NATURALE: OCCORRE INVECE UNA "PATENTE", NE' PIU' NE' MENO DEL DOCUMENTO PER LA GUIDA DI UN AUTO !. LE RIUNIONI SONO, DA UNA PARTE, UNO STRUMENTO QUANTITATIVAMENTE RILEVANTE IN AZIENDA MA, DALL'ALTRA, QUALITATIVAMENTE TROPPO SPESSO SCADENTE, DELUDENTE, PERDI-TEMPO. QUANTO COSTA ALL'AZIENDA UNA RIUNIONE RIUSCITA MALE? SE SI FACCESSERO "QUATTRO CONTI" AL RIGUARDO, SI SAREBBE FORSE PIU' ATTENTI NELL'OTTIMIZZARE QUESTA METODOLOGIA. OLTRE IL 60% DELLE CAUSE DI MALFUNZIONAMENTO DELLE RIUNIONI SONO DA ATTRIBUIRSI A UNA CATTIVA CONDUZIONE: IMPREPARAZIONE, IMPROVVISAZIONE, NON CONOSCENZA DELLE TECNICHE DI GRUPPO PORTANO A PESSIMI RISULTATI. E' NECESSARIO, PERCIO', ACQUISIRE E SVILUPPARE, PER CHI CONDUCE RIUNIONI, CAPACITA' ADEGUATE, DI CONOSCENZA DEL LINGUAGGIO GRUPPALE, DI TECNICHE SPECIFICHE".

### *QUALI SONO I FONDAMENTI DELLA RIUNIONE OTTIMALE?*

- NON CONSOLIDARE L'IDEA DELL'ABUSO DELLA "RIUNIONITE"
- TUTTI I PARTECIPANTI DEVONO AVERE LA PERCEZIONE CONCRETA CHE GLI ARGOMENTI AFFRONTATI SIANO STATI ATTENTAMENTE PREPARATI, CON L'OBIETTIVO DI CONDIVIDERLI NON IMPORLI, CHE I TEMPI DI SVOLGIMENTO SIANO STATI PREVISTI, CHE I SUPPORTI/LINGUAGGI COMUNICATIVI/DIDATTICI SIANO A MISURA DI TUTTI.
- DARE SEMPRE L'IDEA CHE LA RIUNIONE E' LO STRUMENTO DI MOTIVI SERI, DI OBIETTIVI SERI E DI DESIDERIO DI COINVOLGERE E SINERGIZZARE;
- DARE SEMPRE L'IDEA CHE NELLA RIUNIONE SI PRIVILEGIA L'ASCOLTO INTERPERSONALE, L'EMPATIA E LA VALORIZZAZIONE DI TUTTE LE RISORSE PRESENTI;
- CHE IL COORDINATORE: CONOSCA LE TECNICHE DECISIONALI DI GRUPPO, CHE SAPPIA FARE EVOLVERE POSITIVAMENTE I DISACCORDI E LE SINERGIE, CHE SAPPIA FARE VALUTAZIONI E SINTESI COMUNI/UTILI A TUTTI. . . . >>.



### PER ENTRARE NEL MONDO DELL' I S L A M?

"PER I MUSULMANI NON HANNO SIGNIFICATO LE PAROLE COME  
 POLITICA, STATO, DOVERE, DIRITTO, RELIGIONE, ... I MUSULMANI  
 NON RICONOSCONO COME STATO NEMMENO QUELLI DEI PAESI ISLAMICI,  
 LI RITENGONO POTERI A CUI SI DEVE OBBEDIRE MA CHE SE DISATTENDONO  
 IL *CORANO* PERDONO OGNI LEGITTIMITA'. PER I MUSULMANI NON CI  
 SONO ALTRI DIRITTI CHE QUELLI CONFERITI DAL LORO *CORANO*,  
 CHE SONO DIRITTI ASSOLUTI: NON VI E' ALTRA LEGITTIMITA' PER LORO  
 SE NON LA *PAROLA CORANICA* E LA TRADIZIONE CHE LE INTERPRETA.  
 DA TUTTO CIO' DERIVA CHE IL FINE DELL'IMMIGRAZIONE ISLAMICA  
 CONSISTE NEL DISTRUGGERE IL SENSO/CULTURA DELLA COMUNITA' CHE LI  
 OSPITA CREANDOVÌ DENTRO *L'UMMA MUSULMANA*. PER I MUSULMANI  
 L'OCCIDENTE E' L'ESPRESSIONE DELLA POTENZA DELLA NATURA UMANA E  
 PER QUESTO RAPPRESENTA IL MALE E DEVE ESSERE COMBATTUTO".

<< . . . QUANDO SI PARLA DI ISLAM E' GROSSOLANO PENSARE DI RIFERIRSI A UN  
 SOLO "POPOLO"/COMUNITA'. I MUSULMANI SI DIVIDONO IN 4 GRANDI FAMIGLIE,  
 TALVOLTA ANCHE IN LOTTA FRA DI LORO:

### I SUNNITI, GLI SCIITI, GLI ALAUITI, I DRUSI.

LA DIVISIONE HA ORIGINE DOPO LA MORTE DEL PROFETA MAOMETTO, IL  
 FONDATORE DELLA RELIGIONE. OGGI IL 90% DEI MUSULMANI SONO SUNNITI. LA  
 MINORANZA PIU' NUMEROSA E' QUELLA SCIITA.

QUESTA E' LA TOMBA DI MAOMETTO A MEDINA.  
 E' L'UNICA FOTO ESISTENTE.



I MUSULMANI IMPEDISCONO DI FARNE ALTRE  
 PERCHE' E' BLASFEMO RAPPRESENTARE I LUOGHI SACRI.



- **AYATOLLAH:** “SEGNO DI DIO” = ALTO LIVELLO DELLA GERARCHIA CLERICALE SCIITA.
- **TALIB:** STUDENTE CLERICALE SCIITA.
- **HADIT:** RACCOLTA DI DETTI E EPISODI DI MAOMETTO.
- **FATWA:** PARERE/SENTENZA DI UN GIURUCONSULTO SU UNA PERSONA, GRUPPO, TEMA.
- **JHIAD:** GUERRA SANTA O SFORZO DEL FEDELE PER AVVICINARSI A DIO.
- **MADRASSA:** SCUOLA DI INSEGNAMENTO CORANICO.
- **IMAM:** LA “GUIDA”, COLUI CHE STA DAVANTI.
- **MUFTI:** LA MASSIMA AUTORITA’ GIURIDICA CHE EMANA LA FATWA.
- **SHARI’A:** LEGGE ISLAMICA CHE PROVIENE DA FONTE DIVINA.
- **MUHAMMAD:** PSEUDONIMO DEL PROFETA DELL’ISLAM ABUL KASIM IBN ABDALLAH, IL “GLORIFICATO”.
- **SHURA:** “CONSULTAZIONE”, CONSIGLIO CONSULTIVO, PARLAMENTO ISLAMICO.
- **ULEMA:** I SAPIENTI ISLAMICI, ESPERTI NELLA LEGGE ISLAMICA.
- **UMMA:** INSIEME DEI CREDENTI ISLAMICI CHE FORMANO LA “NAZIONE” ISLAMICA.
- **RUSARI/CHADOR:** COPRICAPO, COPRITESTA NERO.
- **NIQAB:** VELO INTEGRALE NERO CHE COPRE LA DONNA. SOLO GLI OCCHI SONO SCOPERTI.
- **BURKA:** ABBIGLIAMENTO DELLE DONNE AFGANE CHE RICOPRE TUTTO IL CORPO. PREVEDE SOLO UNA GRATA NEGLI OCCHI.
- **JALLABLYA:** AMPIA TUNICA BIANCA LARGA E INFORME FINO AI PIEDI PER UOMINI.
- **IMAMA:** TURBANTE DI FORME E COLORI DIVERSI.
- **CHADOR/HIJAB:** VELO CHE COPRE I CAPELLI DELLE DONNE ( IN NESSUN PASSO DEL CORANO E’ SCRITTO L’OBBLIGO DI INDOSSARLO.
- **DISHDASHAH:** CAMICIONE BIANCO E STRETTO CON COLLETTO RIGIDO PER UOMINI.
- **KEFFIAH/GOTRA:** PANNO A SCACCHI CHE COPRE IL CAPO E BLOCCATO SULLA TESTA DALL’ OKKAL.
- **MASHLAH:** AMPIO MANTELLO BIANCO, MARRONE, GRIGIO O NERO PER UOMINI.
- **SHAADA:** TESTIMONIANZA CHE ALLAH E’ L’UNICO DIO E MAOMETTO E’ IL SUO PROFETA.
- **SALAH:** LA PREGHIERA.
- **ZAKAH:** LE ELEMOSINE.
- **SAWN:** DIGIUNO NEL MESE DI RAMADAN.
- **HAJI:** PELLEGRINAGGIO NELLA MECCA OBBLIGATORIO ALMENO UNA VOLTA NELLA VITA. . . . >>.



3150 )

## **LA VERA FONTE DI BUSINESS? E' L'INTRECCIO VIRTUOSO DIPENDENTE/CLIENTE.**

<< . . . 100 ANNI FA I DIPENDENTI E I CLIENTI AVEVANO UN RUOLO DECISAMENTE MARGINALE: I DIPENDENTI SVOLGEVANO LA LORO FUNZIONE SPECIFICA E NON AVEVANO OPPORTUNITA'/RAGIONE DI OCCUPARSI DELLA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE. IL CLIENTE, A SUA VOLTA, NON AVEVA ALCUNA INFLUENZA SULLE DECISIONI PRODUTTIVE. LA PRODUZIONE ERA IMPRONTATA UNICAMENTE ALL'EFFICIENZA. OGGI, LA SITUAZIONE E' RADICALMENTE CAPOVOLTA: IL PRODOTTO E' CONCEPITO ASCOLTANDO LA VOCE DEI CLIENTI E LE LORO ESIGENZE, IL LIVELLO DI PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E' FORTEMENTE SPINTO, L'ASSENZA DI DIFETTI PERSEGUITA ATTRAVERSO I RECLAMI CLIENTI E I SUGGERIMENTI PROPOSTI DAI DIPENDENTI E' ORAMAÌ UNA "RELIGIONE". CIO' E', OVVIAMENTE, DOVUTO ALL'ABBONDANZA DI ALTERNATIVE PER I DIPENDENTI E PER I CLIENTI. INFATTI, I DIPENDENTI POSSONO CAMBIARE LAVORO FREQUENTEMENTE ( IN ITALIA MEDIAMENTE OGNI 3 ANNI ). NELLO STESSO TEMPO LA VARIETA' DELLE OFFERTE SPINGE IL CLIENTE ALL'INFEDELTA' PERDONANDO SEMPRE MENO IL TRADIMENTO DELLE ATTESE, IL DISSERVIZIO O IL MALINTESO. DUNQUE,

**IL LEGAME TRA DIPENDENTE E CLIENTE E' BIUNIVOCO:  
LA STORIA DELL'AZIENDA, LA TRADIZIONE, IL MARCHIO,  
CREANO L'IMMAGINE E LA REPUTAZIONE AZIENDALE  
ED ESSA E' CONNOTATA POSITIVAMENTE QUANDO  
L'AZIENDA HA DIMOSTRATO DI CONQUISTARE  
PER UN LUNGO PERIODO**

**LA SODDISFAZIONE, LA FIDUCIA, LA MOTIVAZIONE, LA FEDELTA'  
DEI CLIENTI COME DEI DIPENDENTI.**

E' PERCIO' CHE CRESCE LA CONSAPEVOLEZZA SULLA NECESSITA' DI:

- INSERIRE RISORSE DI VALORE E CON GRADO ELEVATO DI AUTONOMIA A PRESIDIO DEI PUNTI CRITICI DELLA RELAZIONE COL CLIENTE.
- AUMENTARE IL FLUSSO DELLE INFORMAZIONI SUL CLIENTE CONOSCIUTE DAI DIPENDENTI.
- VALUTARE LA PRESTAZIONE DEL PERSONALE ANCHE SOTTO IL PROFILO DELLA CAPACITA' DI SODDISFARE IL CLIENTE, COMMISURANDO A CIO' GRATIFICHE E BONUS.
- GESTIRE LE RISORSE UMANE **NON CON STILE BUROCRATICO/AMMINISTRATIVO**: CIO' E' DEMENZIALE/MORTALE, MA CON LA SENSIBILITA'/CONSAPEVOLEZZA DEL FATTO CHE IL SUCCESSO AZIENDALE DERIVA DA UN AMBIENTE IN CUI SODDISFAZIONE DEI DIPENDENTI E DEI CLIENTI VADANO DI PARI PASSO.
- ESERCIZIO DI UNO STILE MANAGERIALE TIPO "BOTTOM-UP". CIOE', I MANAGERS/LEADER NON SONO I NOTAI/DIFENSORI DI REGOLE E PROCEDURE BENSÌ HANNO IL VITALE COMPITO DI RAFFORZARE/ALLENARE/RICONOSCERE GLI SFORZI DEL PERSONALE PER ORIENTARSI AL CLIENTE. E SAPENDO CHE, IN ULTIMA ISTANZA, SARANNO VALUTATI SULLA PROPRIA CAPACITA' DI LEADERSHIP DAL PERSONALE STESSO.

- CAPIRE CHE ALLA BASE DI UNA CULTURA ORIENTATA AL CLIENTE NON CI SONO SOLO PAROLE D'ORDINE, CHIACCHIERE O ARROGANZA MA IL **RICONOSCIMENTO** E LA **RICOMPENSA** PER TUTTI COLORO CHE FANNO QUALCOSA IN PIU' PER IL SERVIZIO AL CLIENTE.

QUINDI, GLI ASSI PORTANTI PER UN SUCCESSO AZIENDALE DI LUNGO TERMINE SONO LE RELAZIONI COI CLIENTI E COI DIPENDENTI. CON IL CRESCERE DELLA SENSIBILITA' SU QUESTI VALORI/TEMATICHE CRUCIALI SARA' POSSIBILE SVILUPPARE UNA STRATEGIA SULLA SINERGIA FRA SODDISFAZIONE DEI DIPENDENTI E DEI CLIENTI. ... >>.



3151 ) **LA VERA MATERIA PRIMA DEL 3° MILLENNIO?**

<< ... E' IL SAPERE. SIA PER CHI DEVE ENTRARE NEL MONDO DEL LAVORO SIA PER CHI VI E' GIA' E VUOLE RIMANERVI. I KNOWLEDGE WORKER O LAVORATORI DELLA CONOSCENZA RAPPRESENTANO LA NUOVA ELITE DEL NOSTRO SISTEMA ECONOMICO. ... >>.

3152 ) **COME FARE CARRIERA E SUCCESSO?**

<< ... **"MAI PASSARE INOSSERVATI"** DOVREBBE ESSERE IL MOTTO DI CHI VUOLE EMERGERE NEL MONDO DEL LAVORO FRA MILIONI DI COMPETITOR. COMUNQUE, VINCENTI SONO QUELLI CAPACI DI PENSARE IN MODO TRASVERSALE. ... >>.

3153 ) **L'IMPORTANZA DELLA VERIFICA FISCALE  
NELL'IMPRESA?**

<< ... LE AZIENDE TENDONO A MASSIMIZZARE IL RENDIMENTO DELLA PROPRIA ATTIVITA', DI CONSEGUENZA, A MINIMIZZARE L'IMPATTO FISCALE SUI PROPRI REDDITI. PER RAGGIUNGERE TALE OBIETTIVO E' NECESSARIO CONOSCERE NEL DETTAGLIO LE NUMEROSE NORME FISCALI, DI NON FACILE E TALVOLTA DUBBIA APPLICAZIONE, AL FINE DI REDIGERE UN CORRETTO CALCOLO DELLE IMPOSTE. D'ALTRA PARTE LO STATO, COMBATTE EVASIONE FISCALE ED ELUSIONE INNALZANDO LE SANZIONI FISCALI, EVOLUTE ORMAI IN MISURA PROPORZIONALE ALLE IMPOSTE STESSE. IL DETERRENTE MAGGIORE E' RAPPRESENTATO DALLE VERIFICHE FISCALI, ALLE QUALI ANCHE IL CONTRIBUENTE LIGIO A TUTTI I SUOI DOVERI SOGGIACE SPESSO IN MODO DEL TUTTO PASSIVO. ALLA LUCE DELLE DISPOSIZIONI RIGUARDANTI LE SANZIONI AMMINISTRATIVE ANCHE IL DIPENDENTE PUO' ESSERE CONSIDERATO RESPONSABILE, IN CONCORSO EVENTUALE CON ALTRI SOGGETTI. E' QUINDI OPPORTUNO UN ATTEGGIAMENTO ATTIVO CHE DEVE ESSERE SOSTENUTO DA INFORMAZIONI PRECISE: SULLA PROPRIA SITUAZIONE FISCALE, I PROPRI DIRITTI E LE MODALITA' DI ESERCIZIO

DEGLI STESSI, NONCHE' SULLE PROCEDURE UTILIZZATE ED I POTERI ATTRIBUITI AI VERIFICATORI. E ALLORA, IN DEFINITIVA, NELL'AZIENDA:

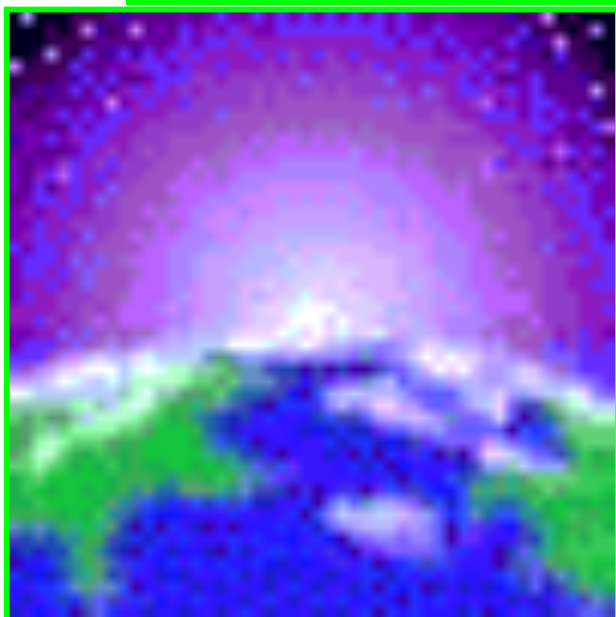
- SI E' IN GRADO DI CONOSCERE I PRESUPPOSTI PER DICHIARARE INATTENDIBILE LA CONTABILITA'?
- SI E' IN GRADO DI FARE RICOSTRUZIONI ANALITICHE DEL REDDITO?
- SI E' IN GRADO DI FARE LE RICOSTRUZIONI SINTETICHE/INDUTTIVE DEL REDDITO? ...>>.

3154 )

## **LO "SVILUPPO SOSTENIBILE (S.S.)" DELLA TERRA?**

**L'"AGENDA 21":**

### **IL VADEMECUM DI OGNI POLITICO DEL 3° MILLENNIO**



*(PIANO D'AZIONE COMUNE NELLA LOTTA ALL'INQUINAMENTO, ALL'EFFETTO SERRA, ALLA DESERTIFICAZIONE, ALLA DEFORESTAZIONE, AL TERRORISMO, ...)*

<< ...

#### PREMESSA

**AGENDA 21** È UN PROCESSO CHE GUIDA LE COMUNITÀ LOCALI VERSO LO SVILUPPO SOSTENIBILE, SECONDO UNA METODOLOGIA GIÀ CONSOLIDATA IN ITALIA E IN EUROPA, MA ANCHE NEL RESTO DEL MONDO, IMPOSTATA SULLA EFFETTIVA PARTECIPAZIONE DI TUTTI GLI ATTORI SOCIALI AL PROCESSO DI SVILUPPO.

LO SVILUPPO SOSTENIBILE SI PROFILA PER IL NOSTRO PIANETA COME UNA DELLE PRINCIPALI SFIDE DEL PROSSIMO MILLENNIO IN CAMPO SOCIALE, ECONOMICO E AMBIENTALE. A PRESCINDERE DALL'APPROCCIO CULTURALE E DALLA PERCEZIONE PERSONALE SU QUESTO CONCETTO, RIMANE PER TUTTI INELUTTABILE LA SFIDA DI PREPARARE UNA SOCIETÀ CHE SAPPIA CONIUGARE LA TUTELA DELL'AMBIENTE CON LO SVILUPPO SOCIALE ED ECONOMICO, IN MODO DUREVOLE ED ACCESSIBILE PER LE GENERAZIONI FUTURE.

RIBALTARE L'APPROCCIO, A PARTIRE DALL'HABITAT IN CUI LA COMUNITÀ VIVE E DALLE RISORSE CULTURALI ED ECONOMICHE CHE LA STESSA HA SVILUPPATO, PUÒ CONSENTIRE DI CONIUGARE LO SVILUPPO CON LA TUTELA DELL'AMBIENTE, CREANDO ATTRATTIVITÀ PER IL TERRITORIO, IN MODO TALE CHE LA QUALITÀ DELLA VITA E DELL'AMBIENTE DIVENTINO VOLANO PER LO SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE DELLE COMUNITÀ LOCALI.

A LIVELLO MONDIALE PRIMA, ED EUROPEO POI, SONO STATI SVILUPPATI MODELLI DI PROGRAMMAZIONE E LINEE GUIDA DI SVILUPPO CHE È BENE QUI RICORDARE PER COLLEGARE IL CONTESTO LOCALE A POLITICHE CHE COMUNQUE INFLUENZANO, TRAMITE VARI STRUMENTI COME QUELLI LEGISLATIVI E FINANZIARI, IL CONTESTO LOCALE.

L'ONU, DOPO LA **CONFERENZA DI RIO DEL 1992** HA PREDISPOSTO UN DOCUMENTO, L'**AGENDA 21**, SOTTOSCRITTO DA 178 PAESI CHE DEFINISCE IN **40 CAPITOLI** LE POLITICHE SETTORIALI DA METTERE IN ATTO PER OTTENERE UNO SVILUPPO SOSTENIBILE. IN TALE ASSISE MONDIALE SI È DEFINITO IL CONCETTO DI SVILUPPO SOSTENIBILE COME "**SVILUPPO CHE SODDISFA I BISOGNI DELLE PERSONE ESISTENTI SENZA COMPROMETTERE LA CAPACITÀ DELLE FUTURE GENERAZIONI DI SODDISFARE I LORO BISOGNI**".

TALE CONCETTO FA EMERGERE **QUATTRO ASPETTI FONDAMENTALI**:

**\*LE TRE DIMENSIONI DI SVILUPPO: AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICO;**

**\*LA NECESSITÀ DI ARRESTARE I FATTORI DI DEGRADO AMBIENTALE**

**\*L'IMPORTANZA DI BLOCCARE L'IMPOVERIMENTO DELLE RISORSE PER LE FUTURE GENERAZIONI;**

**\*IL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DELLA VITA E L'EQUITÀ TRA LE ATTUALI GENERAZIONI.**

PER RAGGIUNGERE LO SVILUPPO SOSTENIBILE NELLE SUE DIVERSE DIMENSIONI SONO QUINDI NECESSARIE AZIONI DI **DIVERSA NATURA** E SU **DIVERSI LIVELLI**:

**\* SOLUZIONI TECNOLOGICHE;**

**\* SOLUZIONI DI REDISTRIBUZIONE DELLE RISORSE;**

**\* STRUMENTI DI MERCATO;**

**\* VALORI INDIVIDUALI E STILI DI VITA**

**\* RIFORME AMMINISTRATIVE.**

A LIVELLO EUROPEO TALI DETERMINAZIONI SONO ORMAI PARTE INTEGRANTE DEI PRINCIPALI ATTI POLITICI. SI PENSI AL TRATTATO DI MASTRICHT E DI AMSTERDAM CHE HANNO SOTTOLINEATO L'IMPORTANZA DELL'INTEGRAZIONE DELLA VARIABILE AMBIENTALE NELLE POLITICHE E ATTIVITÀ DELLA COMMISSIONE.

L'**AGENDA 21**, QUINDI, INTESA COME UN INSIEME DI AZIONI PER IL **XXI SECOLO** (IL DOCUMENTO SOTTOSCRITTO DA OLTRE 178 NAZIONI ALLA CONFERENZA DELLE NAZIONI UNITE SU AMBIENTE E SVILUPPO TENUTASI A **RIO DE JANEIRO NEL 1992**), È IL PERCORSO CHE PORTA AD ELABORARE ED ATTUARE POLITICHE E AZIONI DI SVILUPPO SOSTENIBILE DA PARTE DELLE AMMINISTRAZIONI LOCALI, CONIUGANDO LO SVILUPPO ECONOMICO CON LA TUTELA DELL'AMBIENTE E LA CRESCITA SOCIALE.

"L'**AGENDA 21** . È, PERCIÒ, ESSENZIALMENTE UN PROCESSO STRATEGICO PER INCORAGGIARE E CONTROLLARE LO SVILUPPO SOSTENIBILE." "LO **SVILUPPO SOSTENIBILE È UNO SVILUPPO CHE SODDISFA I BISOGNI DEL PRESENTE SENZA COMPROMETTERE LA CAPACITÀ DELLE GENERAZIONI FUTURE DI SODDISFARE I PROPRI**", (UNCED,"COMMISSIONE BRUNDTLAND").

IL PERCORSO DI **AGENDA 21** SI BASA SULLA CONSTATAZIONE EMERSA A RIO CHE PER INCIDERE SUI PROBLEMI GLOBALI (DEPAUPERAMENTO DELLE RISORSE NATURALI, CAMBIAMENTI CLIMATICI, DIMINUZIONE DELLO STRATO DELL'OZONO, INQUINAMENTO DI ACQUE E MARI, ECC.) È NECESSARIO PARTIRE DALL'AZIONE DEGLI ENTI LOCALI. LE **AGENDE 21** LOCALI SONO DUNQUE LA BASE PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ SOTTOSCRITTI NELLA **CONFERENZA SULLO "S. S." DI RIO NEL 1992.**

A PARTIRE DA RIO, SI SONO AVUTE LE PRIME CONCRETE TRADUZIONI DEL PRINCIPIO DELLA SOSTENIBILITÀ, NELL'AMBITO SOPRATTUTTO DEGLI ACCORDI E DELLE CONVENZIONI INTERNAZIONALI.

LA STESSA UNIONE EUROPEA SI È ATTIVATA, A DIVERSI LIVELLI, PER UNA REALE PROMOZIONE DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE.

IL *TRATTATO DI MAASTRICHT (1992)* HA INFATTI SANCITO L'INTEGRAZIONE DELLE QUESTIONI AMBIENTALI NELLE POLITICHE COMUNITARIE, MENTRE IL *TRATTATO DI AMSTERDAM (1997)* HA ATTRIBUITO ALLA SOSTENIBILITÀ DELLO SVILUPPO LA VALENZA DI OBIETTIVO FONDAMENTALE DELL'AZIONE COMUNITARIA. A QUESTA VISIONE SONO ORIENTATI IL RECENTE *V PROGRAMMA QUADRO* PER LA RICERCA SCIENTIFICA E TECNOLOGICA, MA SOPRATTUTTO IL *V PROGRAMMA D'AZIONE AMBIENTALE* E PIÙ ANCORA LA *PROGRAMMAZIONE DEI FONDI STRUTTURALI 2000-2006*.

SECONDO L'ORIENTAMENTO EUROPEO L'ATTIVAZIONE DELL'**AGENDA 21** LOCALE E DI CONCRETE AZIONI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DIVENTERÀ PRESUPPOSTO DI BASE PER LA RICHIESTA DI CONTRIBUTI ECONOMICI DALLA U.E.

GRANDI SONO LE DIFFICOLTÀ DA RISOLVERE PER PERVENIRE AD UNA IMPOSTAZIONE PRATICA E A RISULTATI CONCRETI.

UN'**AGENDA 21**, IN LINEA CON LE PRINCIPALI ESPERIENZE INTERNAZIONALI, SI DOVREBBE COMPORRE DI **TRE MOMENTI PRINCIPALI**:

? **LA RELAZIONE SULLO STATO DELL'AMBIENTE**, ELEMENTO CONOSCITIVO BASATO SULLA RACCOLTA DI DATI ED INFORMAZIONI AMBIENTALI SUL TERRITORIO DI RIFERIMENTO,

? **IL FORUM PERMANENTE**, ELEMENTO PARTECIPATIVO E DI PUBBLICA DISCUSSIONE SULLE AZIONI DA INTRAPRENDERE PER IL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ AMBIENTALE,

? **IL PROGRAMMA D'AZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE**, ELEMENTO ATTUATIVO DELLE STRATEGIE DI BREVE, MEDIO E LUNGO PERIODO IN CAMPO AMBIENTALE, CHE STABILISCE LE AZIONI, CHI LE ESEGUE, IN CHE TEMPI E CON QUALI FINANZIAMENTI.

#### **UN ESEMPIO: COME STA OPERANDO LA PROVINCIA DI MILANO?**

NEL DICEMBRE 2000, LA PROVINCIA DI MILANO HA PRESENTATO LA SUA RELAZIONE, QUALE PRIMO PASSO DEL PERCORSO DI **AGENDA 21**, E COSTITUISCE IL SUO FORUM, QUALE PERCORSO DI COLLABORAZIONE TRA COMUNI, ENTI, ASSOCIAZIONI, IMPRESE E CITTADINI, PER DISCUTERE SU METODI E CONTENUTI DEL SUO FUTURO PROGRAMMA D'AZIONE.

IL FORUM RIVESTE ESTREMA IMPORTANZA.

PER LA PRIMA VOLTA SARANNO RIUNITI AD UN UNICO TAVOLO TUTTI I 188 COMUNI DELLA PROVINCIA, GLI ENTI, LE ASSOCIAZIONI PROFESSIONALI, DI CATEGORIA E DEI CONSUMATORI, I SINDACATI, RIUNITI IN FORMA ORGANICA PER CONTRIBUIRE A COSTITUIRE UN PROGRAMMA D'AZIONE STRATEGICO.

IL PROGRAMMA D'AZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE, CHE SARÀ SVILUPPATO NEL CORSO DEL 2001, CONTERRÀ IMPORTANTI STRATEGIE D'AZIONE IN CAMPO AMBIENTALE, ECONOMICO E SOCIALE.

TUTTI I PARTECIPANTI AL FORUM SARANNO CHIAMATI A COLLABORARE FATTIVAMENTE ALLA REDAZIONE DEL PROGRAMMA E, SUCCESSIVAMENTE, SI OCCUPERANNO DELLA SUA ATTUAZIONE, OGNUNO SULLA BASE DELLE PROPRIE COMPETENZE.

LE STRATEGIE EMERSE DAL PROGRAMMA SARANNO INOLTRE INSERITE NEL PIANO TERRITORIALE DI COORDINAMENTO PROVINCIALE CHE L'AMMINISTRAZIONE STA SVILUPPANDO IN QUESTI MESI.

IL **FORUM** PERMANENTE NEL SUO PRIMO ANNO DI ATTIVITÀ, OLTRE ALLA REDAZIONE DEL **PROGRAMMA D'AZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE**, SI OCCUPERÀ DI **ALCUNI TEMI PRIORITARI**, CHE ANDRANNO DAGLI ASPETTI NATURALISTICI, ALLA MOBILITÀ, ALL'ENERGIA, ATTIVANDO SPECIFICI TAVOLI DI CONFRONTO CON GLI ATTORI COINVOLTI.

INDICATIVAMENTE **I PRIMI TRE TAVOLI DI DISCUSSIONE** SARANNO:

? **ATTUAZIONE DELLA RETE ECOLOGICA** PER INVERTIRE LA TENDENZA VERSO IL DEPAUPERAMENTO DEL VERDE E DELLE AREE AGRICOLE MEDIANTE LA REINTRODUZIONE DI AREE BOScate, FILARI, SIEPI E CORRIDOI VERDI;

? **PROMOZIONE DELL'UTILIZZO DI TECNOLOGIE INNOVATIVE E COMPATIBILI** NELLA PROVINCIA DI MILANO: VERRANNO STUDIATE FORME INCENTIVANTI PER L'UTILIZZO DI TECNOLOGIE PULITE, QUALI PER ESEMPIO LE CELLE A COMBUSTIBILE PER RISCALDAMENTO E AUTOVEICOLI;

? **COLLABORAZIONE** TRA LA **PROVINCIA DI MILANO** E I **COMUNI** PER LO SVILUPPO DI PROCESSI DI **AGENDA 21** COMUNALI IN COORDINAMENTO CON L'**AGENDA 21** PROVINCIALE. COMPITO DELLA PROVINCIA IN QUESTO TAVOLO È ANCHE QUELLO DI DIFFONDERE A TUTTI I COMUNI LE INFORMAZIONI SULL'IMPORTANZA DEI PROCESSI DI **AGENDA 21 LOCALE**;

SU QUEST'ULTIMO TEMA È UTILE RICORDARE CHE PROPRIO IL 5 DICEMBRE 2000, DOPO UN APPROFONDIMENTO DELLE PRINCIPALI ESPERIENZE MATURATE A LIVELLO NAZIONALE, INTERVERRANNO NELLA DISCUSSIONE SUL PROCESSO DI **AGENDA 21 PROVINCIALE** LE REALTÀ-PILOTA DI ALCUNI COMUNI DELLA PROVINCIA CHE, IN MANIERA AGGREGATA, HANNO DATO VITA A INTERESSANTI PROCESSI DI **AGENDA 21 LOCALI** E CHE HANNO FIRMATO O STANNO FIRMANDO CONVENZIONI DI COLLABORAZIONE CON LA PROVINCIA STESSA.

... >>.

3155 )

## **QUALE È LA FORZA DELLA FEDE E LA MISSIONE DELL'UOMO?**



<< . . . IN QUEL TEMPO, GLI **APOSTOLI** DISSERO AL **SIGNORE**: **“AUMENTA LA NOSTRA FEDE!”** IL **SIGNORE** RISPOSE: **“SE AVESTE FEDE QUANTO UN GRANELLINO DI SENAPA, POTRESTE DIRE A QUESTO GELSO: SII SRADICATO E TRAPIANTATO NEL MARE, ED ESSO VI ASCOLTEREBBE.**

CHI DI VOI (= DIO ) SE HA UN SERVO (= L'UOMO ) AD ARARE O A PASCOLARE IL GREGGE, GLI DIRA' QUANDO RIENTRA DAL CAMPO: VIENI E METTITI A TAVOLA? ... O, PIUTTOSTO, GLI DIRA': PREPARAMI DA MANGIARE, RIMBOCCATI LA VESTE E SERVIMI, FINCHE' IO (= DIO ) ABBA MANGIATO E BEVUTO, E DOPO MANGERAI E BERRAI ANCHE TU (= UOMO)? ... IL PADRONE (= DIO ) SI RITERRA' OBBLIGATO VERSO IL SUO SERVO (= L'UOMO), PERCHE' HA ESEGUITO GLI ORDINI RICEVUTI? COSI', ANCHE VOI (= UOMINI ) QUANDO AVRETE FATTO TUTTO QUELLO CHE VI E' STATO ORDINATO (= DA DIO ), DITE: SIAMO SERVI (= UOMINI ) INUTILI. ABBIAMO FATTO QUANTO DOVEVAMO FARE (NON QUANTO POTEVAMO)".

**QUALE MORALE CIVILE/SOCIALE SI PUO' TRARRE DA QUESTA PARABOLA CHE MIRA AL "BENESSERE DELL'UOMO"?**

**"UN UOMO E' DEGNO DI ESSERE TALE QUANDO, RIUSCENDO A FARE CIÒ CHE FA, PENSA E SI PROPONE CHE PUO' FARE CERTAMENTE ANCORA DI PIU' E MEGLIO; SENZA MAI ABBANDONARSI A FACILI AUTOCOMPIACIMENTI O RECLAMARE PRETESTUOSE GRATIFICHE/PREMI".**

... >>

3156 )

**GRANDE DISTRIBUZIONE:**

**LIMITI ATTUALI E OPPORTUNITA' DI EVOLUZIONE?**

<< . . . DA QUALCHE ANNO LA GRANDE DISTRIBUZIONE E' OGGETTO DI UN PROFONDO CAMBIAMENTO STRUTTURALE. A PARTIRE DAGLI ANNI '50 LA GRANDE DISTRIBUZIONE HA CONOSCIUTO UNA FENOMENALE ESPANSIONE SIA SUL PIANO GEOGRAFICO CHE DEI PRODOTTI OFFERTI ( ALIMENTARI, BRICOLAGE, ABBIGLIAMENTO, SPORTIVI, MOBILI, ECC ). ORMAI, FANNO PARTE DEL PAESAGGIO PERIFERICO DELLE CITTA' LE GRANDI INSEGNE TIPO "DISCOUNT". CIO', IN EFFETTI, HA DETERMINATO LA DEMOCRATIZZAZIONE DEI CONSUMI. OGGI, SEMBREREBBE CHE QUESTA FORMA DI DISTRIBUZIONE ABBA SFRUTTATO TUTTE LE SUE POTENZIALITA' ED E' IN CRISI. CIO' CHE SI EVIDENZIA E' UN FENOMENO DI "SATURAZIONE SPAZIALE"; MA ANCORA NON PARREBBE CHE ESISTE UN MODELLO ALTERNATIVO CONSOLIDATO. PROBABILMENTE, LA SOLUZIONE SARA' DI CAMBIARE IL REGIME DI CRESCITA. OVVERO, LA GRANDE DISTRIBUZIONE DEVE PASSARE DA UNA CRESCITA ESTENSIVA A UNA INTENSIVA. CIOE', SI TRATTA DI SVILUPPARE AL MASSIMO OGNI NICCHIA DI MERCATO INTRODUCENDO LA DIFFERENZIAZIONE E LA SEGMENTAZIONE DI PRODOTTI/OFFERTE PER OGNI TIPO DI GRANDE DISTRIBUZIONE: CIOE' OFFRIRE UNA GRANDE DISTRIBUZIONE PER "TEMI". CIOE', DISTRIBUIRE PER CONCETTI CAPACI DI GENERARE PIU' VALORE PER MEGLIO FIDELIZZARE.

1050





**UN ESEMPIO DI NUOVO CONCETTO DI GRANDE DISTRIBUZIONE E' IL VILLAGGIO "DESIGNER OUTLET MC ARTHUR GLEN" DI SERRAVALLE (AL): PIU' DI 60 NEGOZI DI MODA, CON OLTRE 60 GRIFFE DI ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI, PIU' DI 3000 POSTI AUTO, BANCHE, UFFICIO TURISTICO, AREA GIOCHI BAMBINI, ECC... E' UN VERO E PROPRIO VILLAGGIO DEL SOGNO. LA PUBBLICITA': "AVVICINA LA MODA AI TUOI DESIDERI", "LA FESTA INTORNO, LA FELICITA' ADDOSSO". IN TALE VILLAGGIO TUTTI SONO PORTATI/ SPINTI AD ACQUISTARE QUALCOSA: AI SOGNI NESSUNO VUOLE/PUO' RINUNCIARE.**

C'E' SEMPRE PIU' BISOGNO DI **"COERENZA INTANGIBILE"** CHE DEVE STIMOLARE L'IMMAGINARIO DEL CONSUMATORE QUANDO VISITA UN CENTRO DI GRANDE DISTRIBUZIONE. AD ESEMPIO, IKEA NON PROMUOVE SOLO MOBILI MA ANCHE UNO STILE DI VITA. LE CASE AUTOMOBILISTICHE NON DEVONO SOLO ESSERE COSTRUTTORI MA CREATORI D'AUTOMOBILI, VENDITORI DI MOBILITA', STATUS SIMBOL E DI EVASIONE/FUGA DALLA ROUTINE. DUNQUE, LA GRANDE DISTRIBUZIONE STA DEVIANDO DAL SUO RUOLO TRADIZIONALE, CONCENTRATO SOPRATTUTTO SUI BENEFICI LOGISTICI, VERSO UNA ESALTAZIONE DEI VALORI COMMERCIALI/SPECIALISTICI E DEL MARKETING, CHE HANNO RAPPRESENTATO DA SEMPRE I PUNTI DI FORZA DEI PICCOLI COMMERCianti. IL GRANDE DISTRIBUTORE RIVENDICHERA', COSI', UN CONTROLLO SEMPRE PIU' DETERMINANTE SUI MARCHI E SULLA PRODUZIONE PER LA DEFINIZIONE DEI PRODOTTI, FISSANDO I CAHIERS DE CHARGES SEMPRE PIU' VINCOLANTI/STRETTI, ADEGUATI ALLE ATTESE DEI SUOI CONSUMATORI.



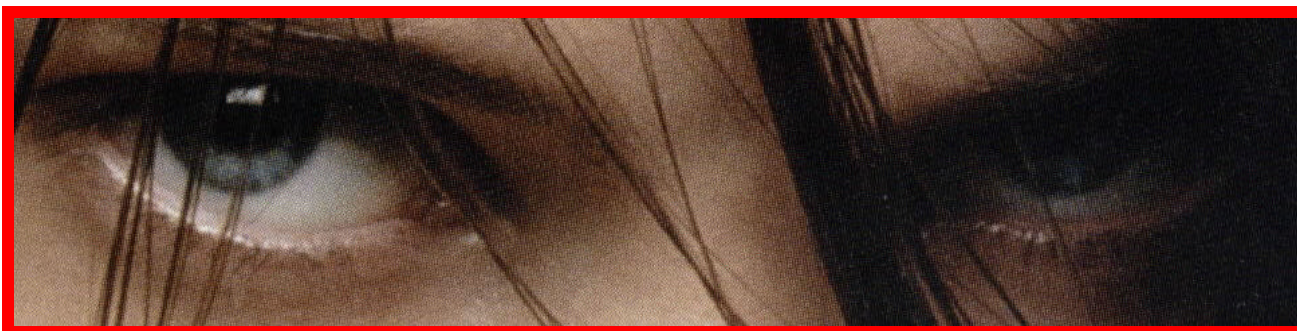
**IL SETTORE DELL'AUTOMOBILE, PER ALTRO, SI AVVALE DEL PIU' SOTTOSVILUPPATO SISTEMA DISTRIBUTIVO (DA ANNI, ORMAI, NON EVOLVE PIU' LA CIFRA D'AFFARI DELLE CONCESSIONARIE IN EUROPA).**

INFATTI, LA **CONCESSIONARIA** TRADUCE MOLTO MALAMENTE E IN MANIERA INCOMPLETA/RUDIMENTALE IL CONCETTO CHE IL CONSUMATORE POSSA COMPRARE L'AUTO DOVE DEVE POI RIPARARLA O DOVE PUO' MIGLIORARE LE SUE PERFORMANCES DI MOBILITA'/CONFORT/SICUREZZA. CIO', QUASI SEMPRE, E' REALIZZATO IN MODO CONFUSO, INCOMPLETO, INADEGUATO AL TIPO DI OFFERTA.



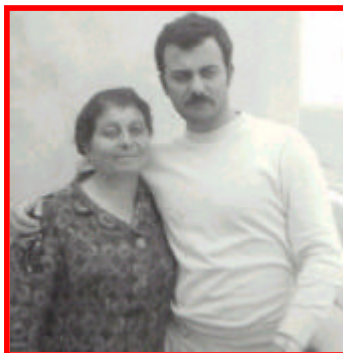
L'INNOVAZIONE E L'ADEGUAMENTO AI TEMPI AVANZA IN OGNI CAMPO, SALVO, COME SI E' EVIDENZIATO, CHE NEL COMMERCIO AUTOMOBILISTICO, RIGIDAMENTE DIFESO DA COSTRUTTORI E CONCESSIONARI ESCLUSIVI. I PRIMI TENTATIVI DI COMMERCIALIZZARE NEI SUPERMERCATI TEDESCHI VETTURE SOTTO FORMA DI OFFERTE-PACCHETTO CON ALTRI PRODOTTI E A PREZZO CONVENIENTE E' STATA MOLTO CONTRASTATA DALLA LEGGE, MALGRADO IL GRANDE FAVORE INNESCATO NELLA GENTE. IN FRANCIA, PERO', L'IMPREDITORE G. WAHNICH HA REALIZZATO UN SUPERMERCATO DELLA MOBILITA', "L'ELDORAUO" IN PIAZZA DELL'ETOILE, COMPRENDENDO UNA DOZZINA DI "CONCESSIONARIE" GARANTISCE VARIETA' DI PREZZI, DI RICAMBI, DI PRODOTTI, DI ACCESSORI E DI SERVIZI. ESSO E' COSTITUITO DA UN EDIFICIO DI 5 PIANI, DI 10.000 Mq; OVE SI PUO' ACQUISTARE QUALSIASI TIPO/MARCA DI AUTO NUOVA PAGANDOLO CON SCONTI CONSISTENTI RISPETTO AI PREZZI PRATICATI PRESSO I SINGOLI CONCESSIONARI. E QUESTO VALE ANCHE PER I RICAMBI, ACCESSORI, LA CONSULENZA SULLE PRATICHE BUROCRATICHE, I SERVIZI VARI, IL RAPIDO/AFFIDABILE MONTAGGIO DEGLI ACCESSORI E LE RIPARAZIONI (ANCH'ESSE MOLTO RAPIDE E AFFIDABILI/GARANTITE), ECC... CIO' E' UN SEGNO CHE LA DISTRIBUZIONE SELETTIVA, PER FORTUNA DEI CONSUMATORI, IN UNA MANIERA O IN UN'ALTRA, HA I GIORNI CONTATI!

E' BIZZARRO CHE, SOLO OGGI, PER UN PRODOTTO A COSI' ELEVATA TECNOLOGIA E DAI COSTI MOLTO IMPEGNATIVI PER I CONSUMATORI, L'ASSOCIAZIONE TRA IL SOGNO, IL NUOVO, IL PIACERE, I PROBLEMI, LE PERFORMANCES, LA QUALITA' FACCIA PARTE DI SERI PROGETTI ORGANIZZATIVI E DI MERCHANDISING E DELLE PREOCCUPAZIONI PRIMARIE DEI COSTRUTTORI. UN GAP ENORME SEPARA ANCORA LA PUBBLICITA' DELL'AUTOMOBILE E LA **POVERTA'** DELLA MAGGIOR PARTE DELLE **CONCESSIONARIE/PUNTI DI VENDITA**. SE IL SETTORE AUTOMOBILE SI LIBERALIZZERA' (ABOLIZIONE LEGGE DISTRIBUZIONE SELETTIVA) AUCHAN, ESSELUNGA, CARREFOUR, COOP, ECC SFRUTTERANNO TALE GRANDE OPPORTUNITA' CREANDO, AD ESEMPIO, DEI VERI *VILLAGGI DELL'AUTO*. E CON LA LORO ESPERIENZA, SARANNO IN GRADO DI RIUNIRE TUTTE LE OFFERTE LEGATE AGLI ASPETTI DELL'*UNIVERSO AUTO/MOBILITA'*, PER IL GRANDE PIACERE E BENEFICIO DEL CONSUMATORE. E SE LA LOGICA DI PARTNARIATO S'INSTAURERA' TRA GRANDI DISTRIBUTORI E COSTRUTTORI CIO' SARA' COMPATIBILE CERTAMENTE CON GLI INTERESSI DEI DUE SOGGETTI NEL 3° MILLENNIO. . . . >>.



3157 )

## A MIA MADRE ...



<< . . . E' DIFFICILE DIRE CON PAROLE DI FIGLIO  
CIO' A CUI NEL CUORE BEN POCO ASSOMIGLIO.  
TU SEI LA SOLA AL MONDO CHE SA, DEL MIO CUORE,  
CIO' CHE E' STATO SEMPRE, PRIMA D'OGNI ALTRO AMORE.  
PER QUESTO DEVO DIRTICI CIO' CH'E' ORRENDO CONOSCERE:  
E' DENTRO LA TUA GRAZIA CHE NASCE LA MIA ANGOSCIA.  
SEI INSOSTITUIBILE. PER QUESTO E' DANNATA  
ALLA SOLITUDINE LA VITA CHE MI HAI DATA.  
E NON VOGLIO ESSER SOLO. HO UN'INFINITA FAME  
D'AMORE, DELL'AMORE DI CORPI SENZA ANIMA.  
PERCHE' L'ANIMA E' IN TE, SEI TU, MA TU  
SEI MIA MADRE E IL TUO AMORE E' LA MIA SCHIAVITU':  
HO PASSATO L'INFANZIA SCHIAVO DI QUESTO SENSO  
ALTO, IRRIMEDIABILE, DI UN IMPEGNO IMMENSO.  
ERA L'UNICO PER SENTIRE LA VITA,  
L'UNICA TINTA, L'UNICA FORMA: ORA E' FINITA.  
SOPRAVVIVIAMO: ED E' LA CONFUSIONE  
DI UNA VITA RINATA FUORI DALLA RAGIONE.  
TI SUPPLICO, AH, TI SUPPLICO: NON VOLER MORIRE.  
SONO QUI, SOLO, CON TE, IN UN FUTURO APRILE. . . .>>.

3158 )

## IL VERO VIAGGIO DI SCOPERTA?

<< . . . NON CONSISTE NEL CERCARE NUOVE TERRE MA NELL'AVERE NUOVI OCCHI . . . >>.

3159 )

## MANAGER = CREATIVITA' OPERATIVA?

**SI' !**

**CIOE', EGLI NON DEVE CREDERE CHE IL PROPRIO MODO DI FARE LE COSE SIA L'UNICO POSSIBILE!**

<< . . . INNOVARE L'OFFERTA RICHIEDE CREATIVITA' NEL RISOLVERE I QUESITI POSTI DAL MERCATO. LA COMPETENZA DEL MANAGER E' LA RISORSA PER INDIVIDUARE SOLUZIONI ORIGINALI E COMPETITIVE NELLE FASI DI: PROGETTAZIONE DELLE ATTIVITA', PRODUZIONE, DEFINIZIONE DELLE POLITICHE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE. TUTTAVIA, PER PRODURRE IDEE ORIGINALI, E' INDISPENSABILE REALIZZARE AZIONI CHE SIANO REALMENTE INNOVATIVE, COME, AD ESEMPIO, ESSERE CAPACI DI ASCOLTARE IN UN MODO

“NUOVO”, SVILUPPARE LA CAPACITA' E DARE VALORE ALL'“OSSERVARE” SENZA VOLERE PER FORZA “CAPIRE AL VOLO”. E, ALLORA,  
*COME SI E' DISPONIBILI A CONOSCERE E AD AMPLIARE APPROCCI GESTIONALI E COMPORTAMENTALI INNOVATIVI?*

CON LA CONVINZIONE CHE, OGGI, IL *KNOW-HOW TECNICO*, IN UN MERCATO SEMPRE PIU' COMPETITIVO E VARIABILE, NON SIA PIU' SUFFICIENTE PER ESPRIMERE MANAGERIALITA'. OCCORRE AVERE UNA CULTURA E UN PERCORSO PROFESSIONALE CHE:

- ✓ CONSENTANO DI CAPIRE LE LOGICHE DELLA “LEADERSHIP TRASFORMAZIONALE”, AVVIANDO UN PROCESSO DI SVILUPPO DI QUELLE CAPACITA' RELAZIONALI NECESSARIE PER ESPRIMERLA.
- ✓ PERMETTANO DI ACQUISIRE/AUMENTARE LA SENSIBILITA' A PRESIDARE SISTEMATICAMENTE I FATTORI SOFT DELL'ORGANIZZAZIONE IN QUANTO ELEMENTI FONDAMENTALI PER LO SVILUPPO E LA STABILITA' DELL'IMPRESA.
- ✓ DIANO UN'AMPIA CONOSCENZA DEGLI APPROCCI COMPORTAMENTALI COERENTI. . . . >>.



3160 )

## **D O R M I R E ?**

### **LA QUALITA' DEL SONNO E' VITALE COME IL CIBO E IL SESSO.**

<< . . . DORMIRE BENE (E' SUFFICIENTE 7 ORE/GIORNO) VUOLE DIRE POTENZIARE IL PROPRIO SISTEMA IMMUNITARIO, INCENTIVARE LA MEMORIA, MANTENERE COSTANTE IL PROPRIO QUOZIENTE DI INTELLIGENZA (IL “QL” DA 100p PUO' SCENDERE A < 60p QUANDO NON SI DORME).

QUAL E' IL *DECALOGO* PER CHIUNQUE MA SOPRATTUTTO PER UN MANAGER E PER CHI HA IMPORTANTI RESPONSABILITA'?

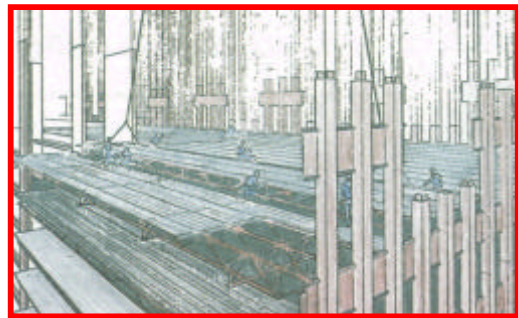
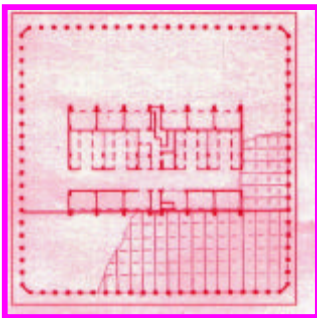
- ANDARE A DORMIRE SEMPRE ALLA STESSA ORA (ENTRO LE 24.00) E ALZARSI ALLA STESSA ORA.
- NON DORMIRE FUORI ORARIO, SOPRATTUTTO DOPO LE 17.00, FAVORISCONO L'INSONNIA.
- NON PRENDERE MAI FARMACI “RISVEGLIANTI”.
- MANTENERE UNA TEMPERATURA COSTANTE, 20/22°C, DOVE SI DORME.
- UTILIZZARE LENZUOLA DI MATERIALE NATURALE (COTONE, LINO, SETA). ESSI PERMETTONO UNA MIGLIORE TRASPIRAZIONE. SAREBBE BENE, ANCHE EVITARE DI INDOSSARE TUTE, PIGIAMI E DORMIRE NUDI.
- IL MATERASSO NON DEVE ESSERE TROPPO MOLLE. MA NEMMENO TROPPO RIGIDO: DEVE ASSECONDARE LA NATURALE CURVATURA DELLA SCHIENA.
- E' BENE CHE I LOCALI DOVE SI DORME ABITUALMENTE SIANO DI TONALITA' CHE VADA DAL BLU AL CELESTE. MAI DORMIRE IN UNA STANZA DIPINTA DI ROSSO.
- NON BERE TROPPI LIQUIDI LA SERA. CONTRARIAMENTE SI E' COSTRETTI AD ALZARSI ANCHE VARIE VOLTE NELLA NOTTE. BERE SI', FINO A 2 LITRI D'ACQUA, MA FINO AL PRIMO POMERIGGIO ( MAX LE 15.00).

- ELIMINARE ECCITANTI GIA' DALLE PRIME ORE DEL POMERIGGIO/15.00 (CAFFE', ALCOL, VITAMINA "C", SIGARETTE, ECC ).
- DORMIRE NON MENO DI 6 ORE PER NOTTE. . . . >>.

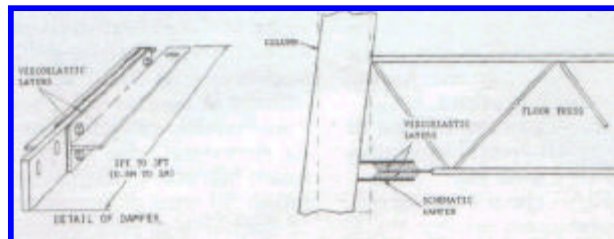
3161 ) **PERCHE' SONO CROLLATE LE TORRI GEMELLE-  
A N.Y.C., L'11-09-2001?**

(PROGETTATE > COSTRUITE DAL 1966 AL 1977)

<< . . . LO SCHEMA STRUTTURALE DI CIASCUNA TORRE E' ASSIMILABILE A QUELLO DI UN "TUBO" AVENTE DIMENSIONE IN PIANTA DI 63,50 x 63,50 METRI, DI 110 PIANI PER 3,70 METRI DI INTERPIANO ( >ALTEZZA TOTALE = 417 METRI - DIMENSIONI = 929 MILA Mq - PESO = 1,5 MILIONI DI TONNELLATE). TALE "TUBO" E' COSTITUITO DA PILASTRI AVENTI SEZIONE TUBOLARE QUADRATA, COSTITUENTI IL PERIMETRO DELL'EDIFICIO, IN FACCIATA, A FIANCO DI OGNI FINESTRA. LE



COLONNE PERIFERICHE SONO COLLEGATE DA TRAVERSE AVENTI SEZIONE A "I". ALTRI PILASTRI SONO LOCALIZZATI NEL NUCLEO CENTRALE CHE CONTIENE I SERVIZI, LE SCALE E GLI ASCENSORI. TALE SOLUZIONE, MOLTO RAZIONALE, E' IN GRADO DI RESISTERE, COSI', ALLE AZIONI DEL VENTO E DI ASSICURARE L'EQUILIBRIO ANCHE NEL CASO DI ASPORTAZIONE DI NUMEROSE COLONNE COME NELL'IMPATTO DI UN AEREO COMMERCIALE. LE STRUTTURE ORIZZONTALI SONO COSTITUITE DA UN GRATICCIO BIDIMENSIONALE DI TRAVI RETICOLARI SULLE QUALI SONO POSATE LAMIERE GREGATE CON SOVRASTANTE ARMATURA E GETTO DI CALCESTRUZZO. LE TRAVI MAGGIORI SONO VINCOLATE ALL'INTERNO ALLE TRAVI PRINCIPALI VINCOLATE AI PILASTRI DEL NUCLEO CENTRALE E ALL'ESTERNO AI PILASTRI TUBOLARI PERIMETRALI. TALI TRAVI SONO MUNITE DI UN DISPOSITIVO DI DISSIPAZIONE DELL'ENERGIA CINETICA TRASMessa DALLE RAFFICHE DI VENTO E IN GRADO, PERCIO', DI MINIMIZZARE



L'AMPIEZZA DELLE OSCILLAZIONI DELL'EDIFICIO. INFATTI:

**NESSUNA SENSAZIONE SPIACEVOLE SI PERCEPIVA,  
ANCHE NEGLI ULTIMI PIANI, A CAUSA DEL VENTO  
E LA RESISTENZA IMMEDIATA ALL'IMPATTO AEREO  
E' STATO VERIFICATO L'11/09/2001.**

LE STRUTTURE SONO COSTRUITE PER RESISTERE PER **120 MINUTI** A INCENDI TRAMITE INTONACI DI CEMENTO CON LANA DI ROCCIA, DA PANETTI ISOLANTI DI



CONTROSOFFITTO E DALL'IMPIANTO SPRINKLER NELLE AREE COMUNI. INOLTRE, LE COLONNE ESTERNE SONO RISCALDATE ARTIFICIALMENTE PER ELIMINARE LA DIFFERENZA DI TEMPERATURA TRA PERIFERIA E NUCLEO DELLA STRUTTURA CHE POTREBBE GENERARE DEFORMAZIONI DI **5 mm/°C** TRA ESTERNO E INTERNO. LA COSTRUZIONE E' STATA FATTA PER MODULI A TERRA E POI ASSEMBLATI/SALDATI UNO SULL'ALTRO. LE RAGIONI DEL COLLASSO TROVANO FONDAMENTO NEGLI EFFETTI DELL'INCENDIO ALIMENTATO DA CIRCA **60 TONNELLATE DI KEROSENE** DIFFUSO NELL'EDIFICIO DALL'IMPATTO. INFATTI, IL LIMITE DI SNERVAMENTO DELL'ACCIAIO SI RIDUCE, QUASI LINEARMENTE, DEL **20%** A TEMPERATURE ENTRO I **700°C**. QUINDI, L'EFFETTO PRIMARIO DELL'**AUMENTO DELLA TEMPERATURA** E' STATO IL **CROLLO** DELLA PARTE SUPERIORE DELL'EDIFICIO, PER **L'ESAURIMENTO DELLA CAPACITA' PORTANTE**

DI COLONNE/TRAVI INVESTITE DALL'INCENDIO. QUESTA CADUTA HA PROVOCATO UN **COLLASSO INCREMENTALE** PER IMPOSSIBILITA'/INCAPACITA' DI DISSIPARE L'ENERGIA CINETICA DA PARTE DELL'EDIFICIO SOTTOSTANTE ( VEDI: *EQUAZIONE-PRINCIPIO DI CONSERVAZIONE DELL'ENERGIA* ). LA DOMANDA INQUIETANTE CHE CI SI PONE E': MA I TERRORISTI AVEVANO PREVISTO TUTTO?

**QUESTA E' LA SPIEGAZIONE DEL DISASTRO.**

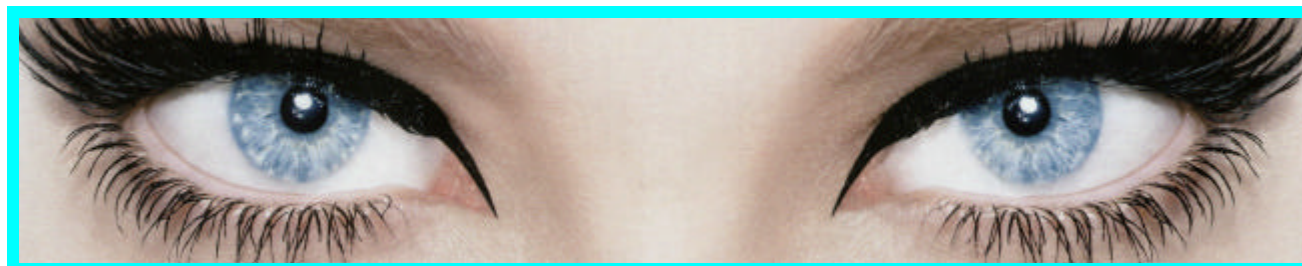
**RESTA FORTE IL DUBBIO, PERO', CHE NEL PROGETTO CI SIA STATA PIU' DI UNA DEBOLEZZA CHE SIA STATA SOTTOVALUTATA/IGNORATA, FORSE CON TROPPIA LEGGEREZZA.**

**NEANCHE I TERRORISTI, INFATTI, IMMAGINAVANO CHE POTESSE SUCCEDERE CIO' CHE E' SUCCESSO. ... >>**

3162 )

## **L'ITALIA E IL FASCISMO?**

**<< ... IN ITALIA I FASCISTI SI DIVIDONO IN DUE CATEGORIE: I FASCISTI E GLI ANTIFASCISTI. ... >>**



3163 )

**SAPERE PARLARE IN PUBBLICO E':**

**PREPARAZIONE ! PREPARAZIONE ! PREPARAZIONE !**



**"... LA VERA GRANDEZZA DI MARLON BRANDO?**

**... LA CAPACITA' DI COMUNICARE OGNI EMOZIONE CON UN GESTO ..."**

**"QUANDO SI RECITA A FIANCO A LUI E'... COME RECITARE CON DIO" (AL PACINO)**

**"... L'ORATORIA DI SUCCESSO E' BASATA SU 6 PILASTRI FONDAMENTALI:**

**L'INVENTIO (= RICERCA DEI CONTENUTI?) - LA DISPOSITIO (= L'ORGANIZZAZIONE DEI CONTENUTI?) - LA MEMORIA (= LA MEMORIZZAZIONE / RICORDO DEI CONTENUTI? = "MAI LEGGERE") - L'ELOCUTIO (= LA SCELTA DEI MEZZI ESPRESSIVI / LA RECITAZIONE?) - LA PRONUNTIATIO (= L'IMPOSTAZIONE DELLA VOCE: VOCE STENTOREA O PACATA O ECC...?) - L'ACTIO (= LA GESTUALITA'?)...".**

<< ... PRONUNCIARE UN DISCORSO DI FRONTE A UN UDITORIO, AFFRONTARE UN'INTERVISTA, ESPORRE UNA RELAZIONE IN UNA RIUNIONE, GUIDARE UN'ASSEMBLEA: SONO IMPEGNI ABITUALI PER UN MANAGER CHE SI ESPRIMONO IN TERMINI DI IMMAGINE E DI ABILITA' DI PERSUASIONE. LA CAPACITA' DI PARLARE IN PUBBLICO PUO' ESSERE APPRESA, IMPARANDO SIA EFFICACI TECNICHE DI COSTRUZIONE DEL DISCORSO, SIA A PADRONEGGIARE I MESSAGGI EMESSI ATTRAVERSO LA PERCEZIONE DEL RELATIVO EFFETTO SUGLI UDITORI. CIO' IMPLICA, PERTANTO, AFFINARE L'ABILITA' COMUNICATIVA CHE E' LEGATA AI SEGUENTI ASSI PRINCIPALI:

- **L'ESPRESSIONE VOCALE,**
- **LA RAPPRESENTAZIONE,**
- **LA DRAMMATIZZAZIONE/I "GESTI".**

E, ALLORA, COSA SIGNIFICA, PIU' PRECISAMENTE, AFFINARE/OTTIMIZZARE LA CAPACITA' PERSUASIVA?

**1) AVERE IDEA DI COSA SIGNIFICA AFFRONTARE IL PUBBLICO:**

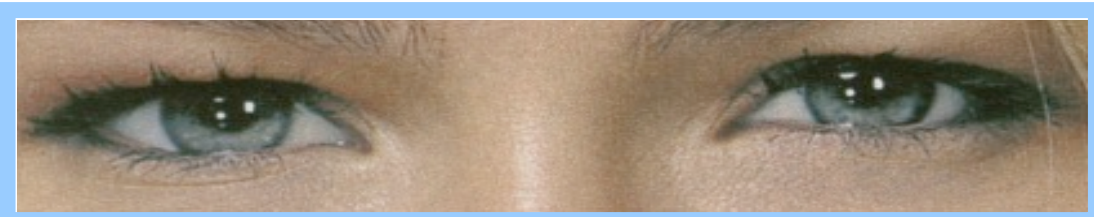
SAPERSI CONCENTRARE – SAPERE GESTIRE LA PAURA INIZIALE – AVERE LA PERCEZIONE DELLA POSIZIONE E DELLO SCENARIO – OTTIMIZZARE IL LINGUAGGIO DEL CORPO – SAPERE GESTIRE LA VOCE, CIOE': IL TONO, LA VELOCITA', LE PAUSE – OTTIMIZZARE LE CAPACITA' EMPATICHE – OTTIMIZZARE L'USO DEI SUPPORTI AUDIOVISIVI.

## **2) SAPERE COSTRUIRE LE FASI DEL DISCORSO/INTERVENTO:**

L'INIZIO – IL SOGGETTO – LA TESI – IL CONTESTO – LA CHIUSURA.

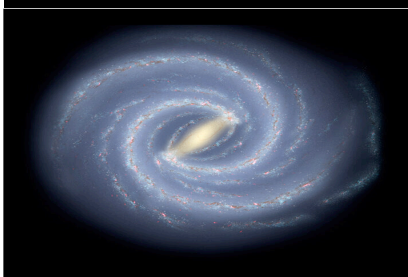
## **3) STUDIARE ED ESERCITARSI SULLE TECNICHE COMUNICATIVE:**

L'ESPRESSIONE VOCALE – LA QUALITA' DELLA VOCE – LA COMUNICAZIONE COL CORPO E LA VOCE – LA DIZIONE – L'INTERPRETAZIONE E L'IMPROVVISAZIONE – ESERCITARE LA CAPACITA' DI "ATTORE" - LA GESTIONE DELL'ANSIA. ... >>.



3164)

## **A PROPOSITO DE ... L' ARTE DELL' INFLUENZA**



**TRE (3) SONO I COMPONENTI DELL'ARTE DELL'INFLUENZA: 1) EMPATIA (= CAPACITÀ DI CONDIVIDERE, CAPIRE, I PENSIERI E LE EMOZIONI DI UN ALTRO), 2) STRATEGIA (= ABILITÀ DI RAGGIUNGERE LO SCOPO VOLUTO DA UN "CAPO") E IL 3) LINGUAGGIO (= PAROLA = CAPACITÀ DI COMUNICARE CON "SEGNI VOCALI". ... LA "CULTURA" AIUTA A SPECIALIZZARE IL CERVELLO E I CENTRI NERVOSI). ... ESSERE INFLUENTI STUDIA L'ARTE DI RENDERE LE COSE POSSIBILI, CON L'AIUTO DELLE ALTRE PERSONE.**

**QUESTA È LA CHIAVE DEL SUCCESSO: TUTTI NOI, INFATTI, ABBIAMO BISOGNO DEGLI ALTRI PER ANDARE AVANTI E PROGREDIRE, COME NELLA VITA PERSONALE COSÌ NEL PERCORSO DI CARRIERA.**

**<< ... COME FAR SÌ CHE GLI ALTRI CI ASCOLTINO E CI SEGUANO ED ESSERE, PER LORO, UN LEADER/RIFERIMENTO? ... LA LEADERSHIP È INDIPENDENTE DAL RUOLO GERARCHICO CHE UNO HA. ... CI SONO DIVERSI MODI PER INFLUENZARE, OVVERO CI SONO DIVERSE MODALITÀ PER RIUSCIRE A FARCI ASCOLTARE E SEGUIRE DAGLI ALTRI, SENZA DOVER ESERCITARE UN ATTO DI POTERE O FORZA, SPECIALMENTE QUANDO LA GERARCHIA O LA SITUAZIONE NON LO CONSENTONO. ... PERALTRO, ANCHE SE LA GERARCHIA LO CONSENTISSE, NON È CERTO L'ATTO DI POTERE E DI FORZA CHE FA SÌ CHE LE PERSONE SI SENTANO INFLUENZATE, CONVINTE O ISPIRATE DA NOI: FARANNO FORSE QUEL CHE DICIAMO PER TIMORE, RISPETTO O OBEDIENZA OGGI, MA DOMANI, DOPODOMANI?**

**LE PERSONE CON CAPACITÀ DI INFLUENZA SANNO FAR SUCCEEDERE LE "COSE" CON L'AIUTO DEGLI "ALTRI", SCEGLIENDO LA MODALITÀ PERSUASIVA PIÙ UTILE, CON FLESSIBILITÀ, NATURALITÀ E RISPETTO, AL TEMPO STESSO.**

**POCHE GRANDI "COSE" (3) SERVONO A TALE SCOPO:**

- 1) ASCOLTARE,**
- 2) DOMANDARE CON RISPETTO E CURIOSITÀ,**
- 3) METTERSI NEI PANNI ALTRUI.**

**... "COSE" SULLE QUALI TUTTI POSSONO ESERCITARSI/ADESTRARSI. ... >>. 1058**





**POTERE? NON È UNA BRUTTA PAROLA: RAPPRESENTA (ANCHE) LA CAPACITÀ DI UN LEADER DI FAR SUCCEEDERE LE "COSE". ... COMUNQUE, IL POTERE NON DEV'ESSERE IL "POWER OVER" MA IL "POWER TO"**

**<< ... PER CHIUNQUE LAVORI DENTRO UN' "ORGANIZZAZIONE" È CRUCIALE CAPIRE COME È FATTA L' "ORGANIZZAZIONE" E, SOPRATTUTTO, QUALI SONO I SUOI "CENTRI DI POTERE". ... ATTENZIONE: AVERE LA FIDUCIA-PROTEZIONE DI CHI HA POTERE È UN TASSELLO CHIAVE PER AVERE INFLUENZA SU GRAN PARTE DELL' "ORGANIZZAZIONE". DUNQUE, COSTRUIRE LA "POWER-MAP" DEL PROPRIO CONTESTO/GRUPPO/AMBIENTE-AZIENDALE/..., IN CUI SI OPERA/LAVORA, È MOLTO UTILE PER COMPRENDERE QUALI SONO LE RELAZIONI DA CURARE MAGGIORMENTE, E, SOPRATTUTTO, COME FARLO. IN OGNI ORGANIZZAZIONE/AZIENDA/SISTEMA/SOCIETÀ/..., I "CENTRI DI POTERE DOMINANTI" SONO COSTITUITI DA PERSONE/GRUPPI CHE DETENGONO LE RISORSE ALLE QUALI SI RICONOSCE UNA CERTA "IMPORTANZA". SPESSO, NON HANNO NECESSARIAMENTE PIÙ AUTORITÀ/POTERE, DA UN PUNTO DI VISTA GERARCHICO, NON SI FREGIANO DEI "JOB TITLES" PIÙ ALTISONANTI, PERÒ, OCCUPANO DEI POSTI CHIAVE PER MANDARE AVANTI O FRENARE PROGETTI, AZIONI, CARRIERE, ...: ESSI (TALVOLTA, PER FUNZIONE-MANSIONE/UFFICIO/...) FORNISCONO INFORMAZIONI, AUTORIZZAZIONI INTERMEDIE, PARERI/GIUDIZI RILEVANTI/AUTOREVOLI/"PESANTI"/..., ANCHE IN VIRTÙ DI UNA CREDIBILITÀ CONQUISTATA NEL TEMPO, O PERCHÉ CREANO CONNESSIONI TRA PARTI DIVERSE DELL' "ORGANIZZAZIONE" (O TRA L'INTERNO E L'ESTERNO). ... . PURTROPPO, NELL'IMPELLENZA DEL LAVORO QUOTIDIANO, PER LA "ANSIA" DI RAGGIUNGERE RISULTATI/OBIETTIVI PREVISTI/DEFINITI, A VOLTE, NON CI SI RENDE CONTO DI QUALI SIANO I RAPPORTI/LEGAMI/RIFERIMENTI DA CURARE, FORSE PERCHÉ, TALORA, SI AVVERTONO STACCATI/LONTANI E POCO COLLEGATI/CONNESSI AGLI OBIETTIVI QUOTIDIANI DEL LAVORO, ALLE "COSE DA FARE" SUBITO; FINCHÈ, PURTROPPO, UN GIORNO MAGARI LA LORO IMPORTANZA O IL LORO "VALORE" (PARERE) SI RIVELA NON IN MANIERA FAVOREVOLE. ... ATTENZIONE, NON È NEMMENO DETTO CHE SI SAPPIA IL MODO DI COME CURARE QUESTE RELAZIONI. INFATTI, POSSONO ESSERE NECESSARIE MODALITÀ MOLTO DIVERSE, PIÙ O MENO FORMALI; E NON CI SI È MAI SOFFERMATI ABBASTANZA A VALUTARE TUTTE LE ALTERNATIVE: DA QUELLE PIÙ A PORTATA DI MANO/SEMPLICI A QUELLE PIÙ ELABORATE, PER CUI SERVE L'AUTO DI QUALCUN ALTRO (COLLEGA, COLLABORATORE, ... INTERNO/ESTERNO). ... NON È, INFINE, DETTO CHE SI VOGLIA, SIA FACILE, SIA GRADEVOLLE FARLO. PERCHÉ? ... NON VIENE NATURALE/FACILE, COSTA FATICA, METTE A DISAGIO (FORSE SI È LITIGATO IN PASSATO); OPPURE, NON LO SI È CONSIDERATO DAVVERO IMPORTANTE O, L'APPROCCIO, NON SEMBRA MORALMENTE CORRETTO/ETICO AL COSPETTO DEGLI ALTRI (COLLEGHI, COLLABORATORI, ...). ... IN DEFINITIVA, SE SI VUOLE FARE CARRIERA, E SI ASPIRA A PIÙ POTERE, SI SAPPIA RISPONDERE ALLE SEGUENTI 3 DOMANDE:**

- 1) CHI HA IL POTERE NELL'ORGANIZZAZIONE NELLA QUALE SI È "INSERITI"?**
- 2) CHI HA PIÙ "VALORE/CONTROLLO" (ANCHE SE NON GERARCHICO) NELL'ORGANIZZAZIONE DI CUI SI FA PARTE?**
- 3) COME SODDISFARE/RISPONDERE A QUESTE DOMANDE/"CURIOSITÀ" (PER COSTRUIRE, COSÌ, UN'EFFICACE MAPPA DEL POTERE): DA SOLI, "CONFRONTANDOSI" CON ALTRI PIÙ ADDENTRO O PIÙ ANZIANI (VICINI O LONTANI DAL PROPRIO GRUPPO) O ESTERNE O GERARCHICAMENTE SUPERIORI? ... >>.**



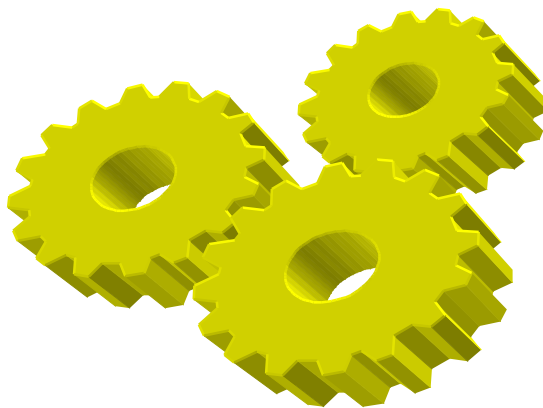
**L'IMPRESA DEI SAVOIA E DI GARIBALDI & C. AVEVA L'OBIETTIVO DELLA COLONIZZAZIONE DEL MEZZOGIORNO E, IN PARTICOLARE, DEL REGNO DELLE 2 SICILIE (MISERABILE E CORROTTO?) O AVEVA LA FINALITÀ DI CREARE, FINALMENTE, UNO STATO GRANDE, FORTE, MODERNO E COMPETITIVO?**

<< ... DOPO **MOLTI ANNI DALL'UNITÀ D'ITALIA**, C'È QUALCUNO CHE (ATTRAVERSO UNA “VISIONE STORICA” ATTUALE) **RIDIMENSIONA LA “MEMORIA”** DI UN **MEZZOGIORNO FELICE E FLORIDO**, SOTTO IL **POTERE BORBONICO**, **AGGREDITO A TRADIMENTO** DAI **SAVOIA** (A COMINCIARE DALL'“IMPRESA DEI 1000” DI GARIBALDI & C.). ... GLI **STORICI** (PREVALENTEMENTE, DI “PARTE MERIDIONALISTA”) HANNO **SEMPRE RIMARCATO/INSISTITO** CHE, PER ESEMPIO, IL **REGNO DELLE 2 SICILIE** ERA UNA **GRANDE POTENZA ECONOMICA** CON UNA **EVOLUTISSIMA CANTIERISTICA**, **IMPORTANTI INDUSTRIE** DI **ACCIAIO**, DI **TESSILE**, **AGROALIMENTARI**, ... ANCHE SE DOTATO DI UN **ESERCITO INNOQUO**. ... **OGGI**, ALCUNI **STORICI**, PERÒ, CONFERMANO CHE IL **TENORE DI VITA** DI OGNI **ABITANTE MEDIO** DEL **MEZZOGIORNO** E IL SUO **TASSO DI ISTRUZIONE** ERA, CERTAMENTE, **SCADENTE**. ... **QUESTI STORICI STESSI** EVIDENZIANO CHE, NELL'“**IMPRESA GARIBALDINA DEI 1000**”, TANTI “**PICCIOTTI MERIDIONALI**” SI ARRUOLARONO COME “**PATRIOTI ITALIANI**”, IN QUANTO, FINO AD ALLORA, CAMPAVANO DA **MISERABILI, AFFAMATI E STANCHI**. ... PURE MOLTI FURONO I **LIBERALI**, DEL **CETO MEDIO**, CHE **INSORSERO** CONTRO I **POTERI DOMINANTI CORROTTI** E SI UNIRONO ALLA “**NORDICA**” **TRUPPA GARIBALDINA**. ... IN QUEGLI ANNI, DETERMINANTE FU (TALVOLTA) IL **RUOLO DELLA MALAVITA ORGANIZZATA** E QUELLO DEL **BANDITISMO** A FAVORE DEI “**PATRIOTI LIBERATORI NORDICI**”. ... INOLTRE, MOLTEPLICI SONO LE **VICENDE OPACHE** CHE, ANALIZZATE DA UN **PUNTO DI VISTA STORICO ATTUALE**, SEDICENTE **NON FAZIOSO E IMPARZIALE**, VENGONO CORRETTE. TRA QUESTE, PER ESEMPIO, CI SONO I FATTI DI: **PONTELANDOLFO, CASALDUNI, FENESTRELLE**, ... . DI CONTRO, NUMEROSI SONO GLI **AVVENIMENTI** DI QUEL TEMPO (INTORNO AL 1860 ...), SUI QUALI PARECCHI **MERIDIONALISTI (NOSTALGICI DEL POTERE BORBONICO)** INSISTONO A DENUNCIARE **CONDOTTE COLONIALISTE** DA PARTE DEI “**POTERI PIEMONTESI**” (CON LA **COMPLICITÀ** DELLA “**MASSONERIA INGLESE**”, IN **DISSENSO COL PAPATO**). ... IN DEFINITIVA, **OGGI**, SI CERCA DI **SGOMBERARE IL CAMPO** DAI MOLTI **BIASIMI E CRITICHE PRO-MEZZOGIORNO** (DI “PARTE MERIDIONALISTA”) PER **FARE COMPRENDERE/CAPIRE** CHE IL **PROCESSO** CHE PORTÒ ALL'“**UNITÀ D'ITALIA**”, CON L'“**INTEGRAZIONE DEI POPOLI MERIDIONALI**” NEL **NUOVO STATO ITALIANO**, È STATO SOLO PER L'“**INDEROGABILE/VITALE NECESSITÀ**” DI CREARE UNO **STATO FORTE** CHE POTESSE **MISURARSI, ALLA PARI**, CON LE ALTRE **NAZIONI/POTENZE EUROPEE**. ... >>.

3167 )

## **L'OBIETTIVO PRIORITARIO DELLA DIREZIONE DELLE RISORSE UMANE NELL'AZIENDA ORIENTATA PER PROCESSI?**

### **L'OTTIMIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE INTERNA**



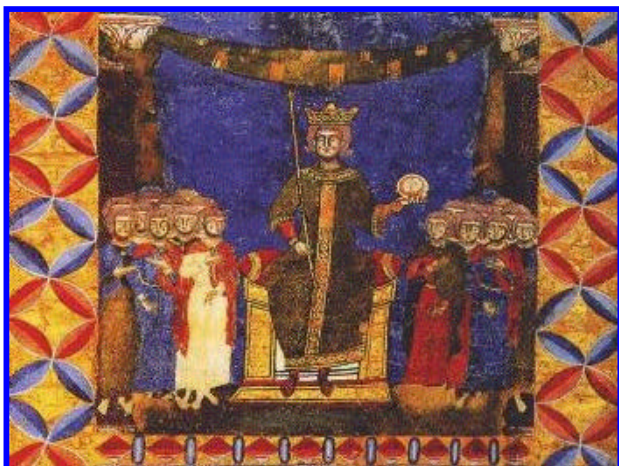
<< . . . LE FUNZIONI DELLA COMUNICAZIONE OGGI SONO SEMPRE PIU' ORIENTATE A:

- AUMENTARE LA PARTECIPAZIONE, COINVOLGENDO IN PROGETTI/OBIETTIVI SEMPRE PIU' **COLLABORATORI** DELL'AZIENDA;
- AUMENTARE IL COORDINAMENTO TRA CENTRI DECISIONALI, PER ARMONIZZARE L'INTERFUNZIONALITA';
- CONTRIBUIRE ALLA DEFINIZIONE DI UNA IDENTITA' INTERNA, RIORIENTANDO LE *RISORSE UMANE*;
- MIGLIORARE IL CLIMA INTERNO NEI CONFRONTI DELLE RELAZIONI ESTERNE;
- PRESTARE PIU' ATTENZIONE VERSO IL LINGUAGGIO STESSO.

LA COMUNICAZIONE E' IL PIU' GRANDE VETTORE DI MARKETING INTERNO, ESSA E', QUINDI, UTILE A CREARE UN CLIMA DI ASCOLTO PIU' FAVOREVOLE PER POI PERMETTERE UNA MIGLIORE CONDIVISIONE DEI VALORI AZIENDALI. E' PUR SEMPRE, PERO', UN PROCESSO AZIENDALE ED E' PERCIO' CHE NELL'OTTICA DELLA *QUALITA' TOTALE* VA MISURATO, PER POTERNE MIGLIORARE LE PRESTAZIONI. L'AZIENDA E, IN PARTICOLARE, LA SUA DIREZIONE DELLE RISORSE UMANE DEVONO RENDERNE ESPlicitI LA ROTTA, L'APPROCCIO, L'ESEMPIO, LO SPIRITO, L'ETICA, LA METODOLOGIA EVIDENZIANDO I BISOGNI INFORMATIVI, PROGETTANDO E DIFFONDENDO LE AZIONI INFORMATIVE E POI E MISURARNE I RISULTATI. I MODELLI DI MANAGEMENT QUALI QUELLI A CUI OGGI LE AZIENDE SI STANNO SEMPRE PIU' AVVICINANDO ( *GESTIONE EFFICACE, QUALITA' TOTALE, CERTIFICAZIONE ISO-VISION 2000, AZIENDA SNELLA, BUSINESS PROCESS REENGINEERING, ECC...*) PRESUPPONGONO UN FORTE SVILUPPO DEL LIVELLO DI IDENTIFICAZIONE FRA PERSONE E AZIENDA OVE, E' FUORI DI DUBBIO, IL COINVOLGIMENTO E' LA CHIAVE DI SUCCESSO COMPETITIVA. MA QUESTO IMPLICA UNA FAMILIARITA' CON METODOLOGIE DI COMUNICAZIONE INTERNA, INTESA COME PROCESSO AZIENDALE, I CUI OBIETTIVI SONO: INTEGRARE I VARI SERVIZI FUNZIONALI, COORDINARE LE AZIONI DEGLI STESSI, RIDURRE IL FATTURATO DELLA COMUNICAZIONE E VERIFICARE L'APERTURA, LA REATTIVITA', L'EFFICACIA E LA RESISTENZA DEI RESPONSABILI. . . . >>.

3168 )

## FEDERICO II DI SVEVIA, RE DI SICILIA, "STUPOR MUNDI": L'IMPERATORE E IL MITO?



<< . . . **FEDERICO II** 1194-1250 RE DI SICILIA DAL 1198 AL 1250, ERA FIGLIO DI **ENRICO VI HOHENSTAUFEN** E DI **COSTANZA D'ALTAVILLA**. QUINDI, NIPOTE, DA UNA PARTE, DELL'IMPERATORE **FEDERICO I DI SVEVIA**, IL "BARBAROSSA", E DALL'ALTRA DI **RUGGERO II**, FONDATORE DELLA **DINASTIA NORMANNA** IN SICILIA E IN ITALIA MERIDIONALE. ANCORA BAMBINO GLI MORIRONO I GENITORI (NEL 1197 E 1198). PERCIO', FU AFFIDATO ALLE CURE DEL PAPA **INNOCENZO III** AL CUI APPOGGIO EGLI DOVETTE LA SUA ELEZIONE A RE DI SICILIA/1198 E DI GERMANIA/1220. IL GIOVANE IMPERATORE, SPOSATO CON **COSTANZA D'ARAGONA**/1208, SEPPE FAR RIFIORIRE ECONOMICAMENTE E RENDERE SALDO POLITICAMENTE IL REGNO DI SICILIA, INTRODUCENDO NELL'AMMINISTRAZIONE UN RIGIDO SISTEMA BUROCRATICO DI TIPO MODERNO.

### ALLA CORTE DI FEDERICO II



Nella sua Corte, specchio del mondo del suo tempo, accolse anche i fedeli saraceni con i turbanti e le scimitarre, per dimostrare che l'Impero varcava i confini delle razze e delle fedi; si circondò di matematici come il Fibonacci e astronomi, musicisti e poeti, medici e legislatori, canonisti e filosofi. In questo periodo sorsero la Scuola poetica siciliana e l'Università di Napoli (1224), vero primo centro culturale europeo; si dettarono nuovi regolamenti per la Scuola medica salernitana, elevandola ad Accademia ed istituendovi la prima cattedra di Anatomia. Alla sua corte accolse anche i poeti e i minnesanger (poeti e trovatori) Tedeschi e Albigeses, che fuggivano dalla Provenza (Francia) perchè perseguitati come eretici dal Papa. La Corte di Palermo costituì così uno straordinario centro culturale e scientifico come non se ne ebbero per secoli. Federico ( puer apuliae ) amò particolarmente la terra di Puglia chiamandola "pupilla dei nostri occhi", e in questa terra fece costruire o rimaneggiare un gran numero di castelli (~200). COL PAPA **GREGORIO IX**, **FEDERICO II** ENTRO' IN RIVALITA' E QUESTI CREO' DIFFICOLTA' AL SUO GRANDIOSO DISEGNO POLITICO CHE COMPRENDEVA, TRA

L'ALTRO, LA REALIZZAZIONE E IL CONSOLIDAMENTO DELLA PRIMA MONARCHIA COSTITUZIONALE IN EUROPA, PRECEDENDO COSI' SU QUESTA STRADA INGLESI E FRANCESI. FEDERICO II FU PROTETTORE MUNIFICO DELLE ARTI, DELLE LETTERE E DELLE SCIENZE. LA SUA CORTE A PALERMO ( CON 800.000 ABITANTI, QUANDO MILANO AVEVA APPENA 40.000 ABITANTI ) FU CENTRO CULTURALE, CHE DIEDE VITA, TRA L'ALTRO, ALLA "SCUOLA POETICA SICILIANA", ALLA QUALE LO STESSO FEDERICO II APPARTENNE, E CHE E' ALL'ORIGINE DELLA PRIMA FORMA/LIRICA D'ARTE IN LINGUA ITALIANA. INFATTI, A LUI RISALE LA PRIMA PRODUZIONE POETICA IN VOLGARE ITALIANO CONCEPITA PER LA PRIMA VOLTA NELLA STORIA DELLA LETTERATURA ITALIANA, COME ATTIVITA' INTELLETTUALE CHE IN GRAN PARTE TROVA IN SE STESSA LA SUA GIUSTIFICAZIONE E LA SUA RAGION D'ESSERE. FEDERICO II FA PARTE DI QUELL'ESIGUO NUMERO DI PERSONAGGI STORICI CHE ANCORA OGGI, NONOSTANTE I QUASI DUEMILA STUDI A LUI DEDICATI, SFUGGONO A OGNI CATALOGAZIONE. FU UN UOMO DI SOTTILE FASCINO E DI GRANDE CULTURA, COME LO DESCRIVONO I CONTEMPORANEI, UN ENIGMA PER GLI STORICI MODERNI: FU VERAMENTE UN GRANDE IMPERATORE MA ANCHE UN UOMO DAI GRANDI INTERESSI CULTURALI. EGLI FU IL PRIMO IN EUROPA CHE COMPRESSE L'IMPORTANZA DELLA CULTURA ASSOCIATA AL POTERE/GOVERNO. LA TOLLERANZA RELIGIOSA, LA SFIDA ALL'AUTORITA' PAPALE GLI HANNO GUADAGNATO UNA REPUTAZIONE ECCEZIONALE.

#### **ERA CERTAMENTE UN UOMO IN GRANDE ANTICIPO SUI TEMPI.**

LE SUE CONSIDERAZIONI SULLE CONTRADDIZIONI IN CUI SI DIBATTEVA IL PAPATO DEL XIII SECOLO ( LE STESSE ADDITATE DAI FRANCESCANI ) APPAIONO DI UNA MODERNITA' SCONCERTANTE, ANCHE SE A PAGARE LE CONSEGUENZE DI UN PENSIERO TROPPO ARDITO FU SOLO LUI, FEDERICO II. A LUI OCCORRE RICONOSCERE UN RUOLO DI RILIEVO NELLA TRASFORMAZIONE DELL'EUROPA DA UNA COMUNITA' DI CRISTIANI GUIDATI DA DUE AUTORITA' UNIVERSALI CONCORRENTI, IL PAPA E L'IMPERATORE ( I "DUE SOLI" TEORIZZATI DA DANTE, LA CUI CONCORDE COOPERAZIONE E INTRINSECA NECESSITA' SEMBRANO RIFLETTERE ESIGENZE CONDIVISE, RAVVISABILI NELLA POLITICA FEDERICIANA DEGLI ANNI TRENTA ), A UN MOSAICO DI NAZIONI-STATO IN CUI ENTRAMBI I POTERI RISULTAVANO RIDIMENSIONATI. EGLI, DUNQUE, FU UN EREDE DI UN IMPERO A VOCAZIONE UNIVERSALE, SARA' DI FATTO L'ULTIMO DEGLI IMPERATORI TEDESCHI A COLTIVARE IL SOGNO DELL'UNIVERSALISMO POLITICO, PROPRIO MENTRE FINIVA PER ESSERE

#### **L'ARTEFICE DEL PRIMO STATO MODERNO NEL REGNO DI SICILIA.**

PERO' IL SOGNO DI FEDERICO II, DI UNA MONARCHIA COSTITUZIONALE, FORTE E INTELLIGENTE, RIGIDA E DISCIPLINATA, DISPOTICA E ACCENTRATRICE, IL SOGNO DELLA RINASCITA DELL'IMPERO ROMANO, SI SPEGNEVA CON LUI.



**LO SCHELETRO DI FEDERICO II DI SVEVIA, "STUPOR MUNDI", COSI' COME E' STATO FOTOGRAFATO OGGI NELLA SUA TOMBA NEL DUOMO DI PALERMO. . . >>.**

3169 )

## LE 5 CAPACITA' PRIORITARIE CHE DEVE POSSEDERE UN DIRETTORE VENDITE?

<<...>>

- 1) PADRONEGGIARE TUTTI GLI STRUMENTI E LE TECNICHE PER LA DETERMINAZIONE E PIANIFICAZIONE DEGLI OBIETTIVI E LA MOTIVAZIONE DEI VENDITORI;
- 2) AVERE SVILUPPATO LE CAPACITA' COMMERCIALI IN CAPACITA' MANAGERIALI. SOLO COSI' SI PUO' DIVENTARE UN LEADER E OTTENERE LA FIDUCIA E L'ADESIONE DEI PROPRI COLLABORATORI;
- 3) OTTIMIZZARE LA CAPACITA' DI LEGGERE E INTERPRETARE TUTTI GLI INDICI DI ATTIVITA' E INDIVIDUARE LE SCELTE MIGLIORI PER AUMENTARE LA PRODUTTIVITA' DEI PROPRI UOMINI;
- 4) ESSERE CAPACE DI DEFINIRE GLI OBIETTIVI STIMOLANTI PER SE STESSO E PER I SUOI VENDITORI AL FINE DI METTERE TUTTI SOTTO TENSIONE PERMANENTE POSITIVA;
- 5) SVILUPPARE LE PROPRIE CAPACITA' ORGANIZZATIVE, DI AUTODIAGNOSI (PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA?) DELLA PROPRIA FUNZIONE E DELLA PROPRIA EQUIPE, PER SFRUTTARE AL MEGLIO IL PROPRIO TEMPO E QUELLO DELLA PROPRIA EQUIPE CHE E' SEMPRE PIU' LIMITATO. ...>>.

3170 )

## A GUARDAR BENE, LA ROZZEZZA, LA BRUTALITA' E L'IMPROVVISAZIONE NON APPARTENGONO AGLI ANIMALI!



<< I RAPPORTI TRA LE CICOGNE MOSTRANO UN ESEMPIO SPETTACOLARE DI RISPETTO TRA GLI ESSERI VIVENTI. NELLA MIGRAZIONE, I **MASCHI** PARTONO PRIMA PER IL SUD DELL'EUROPA PERCHE' DEVONO COSTRUIRE IL NIDO, CON GROSSI RAMI E FRASCAME. COME SUPPORTO VANNO BENE UN COMIGNOLO, IL TETTO DI UNA CASA, UN CAMPANILE, UN ALBERO ISOLATO, UN PALO DELLA LUCE. E' BENE CHE SIA SOLIDO, DI BELL'ASPETTO, LONTANO DALLE INSIDIE DELLA FAINA E, POSSIBILMENTE, CON UN BEL PANORAMA. TEMPO CONSENTITO: 8 GIORNI. POI ARRIVA **LEI**, ISPEZIONA, CRITICA. MA IL PIU' DELLE VOLTE ACCETTA E SI OCCUPA DELLE RIFINITURE. APPORTA RAMETTI, PAGLIA, ERBE SECCHIE, TERRICCIO, TALVOLTA BRANDELLI DI CARTA DI GIORNALE. SOLO QUANDO TUTTO E' A POSTO, LA FEMMINA FA CAPIRE CHE PUO' COMINCIARE IL RITO DELL'AMORE. ... >>.

3171 ) **LE PRIORITA' DELL'AZIENDA DEL 3° MILLENNIO SONO LA CRESCITA DELLE NUOVE COMPETENZE DEI SUOI MANAGER.**

**QUALI?**

**LEADERSHIP, INIZIATIVA, AUTONOMIA, RAZIONALITA', CAPACITA' DI COMUNICARE, DI MOTIVARE E DI GESTIRE CONFLITTI.**

<< . . . IL SUCCESSO DELL'AZIENDA E' FUNZIONE DELLE SCELTE E DEI COMPORTAMENTI DEI MANAGER NEL CREARE LE CONDIZIONI CHE CONSENTANO DI RAGGIUNGERE I RISULTATI ATTESI IN QUESTO SCENARIO DEL 3° MILLENNIO. CIO' SIGNIFICA, PRINCIPALMENTE, L'INDIVIDUAZIONE DI NUOVE MODALITA' DI **PRESIDIO** DEI MERCATI, DELL'ORGANIZZAZIONE PER PROCESSI E DELLA PRODUTTIVITA'. QUESTO IMPONE, A SUA VOLTA, UN CONTINUO ADATTAMENTO DI POLITICHE, STRATEGIE E STRUMENTI ORGANIZZATIVI. IN TALE QUADRO QUALSIASI STRATEGIA VENGA ADOTTATA, NON PUO' PRESCINDERE, PERTANTO, DA UN PROCESSO DI RIDEFINIZIONE DEI RUOLI DI **PRESIDIO** OPERATIVO E MANAGERIALE E DEI VALORI DA ESSI ESPRESSI. INFATTI, ALLE TRADIZIONALI CAPACITA' DI PIANIFICAZIONE, MOTIVAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE, FINALIZZATE AL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI D'IMPRESA, L'ATTUALE DINAMICITA' DELLO SCENARIO ESTERNO IMPONE IL POSSESSO DI UN PIU' AMPIO SPETTRO DI ABILITA' COME:

- LA "TENUTA" EMOTIVA IN AMBIENTI FORTEMENTE STRESSANTI;
- LA RIVITALIZZAZIONE DI CLIMI AZIENDALI TURBOLENTI O SONNOLENTI;
- LA PRESA DI DECISIONI IN SITUAZIONI AMBIENTALI COMPLESSE E INCERTE;
- LA CAPACITA' DI "NAVIGARE A VISTA";
- LA CAPACITA' DI INTERPRETARE I SEGNALI DEBOLI.

DUNQUE, NECESSITANO NUOVE/RIVOLUZIONARIE ENERGIE, IDEE, SOLUZIONI PER AFFRONTARE NUOVI RISCHI. E, SOPRATTUTTO, SERVE TANTA UMILTA' E TANTO CORAGGIO. E' PERCIO' CHE PER VINCERE LE SFIDE FUTURE OCCORRE:

- ◆ AI GIOVANI, NEL MOMENTO DI TRANSIZIONE TRA UN MESTIERE SPECIALISTICO E UN RUOLO MANAGERIALE, SVILUPPARE QUELLE COMPETENZE MANAGERIALI CHE, NON ESSENDO INQUADRABILI IN UN AMBITO SPECIALISTICO, POSSONO ARRICCHIRE IN MODO CONCRETO LA PROPRIA PROFESSIONALITA';
- ◆ A CHI OPERA DA TEMPO IN AZIENDA, ELABORARE APPROCCI E MODALITA' NUOVE IN QUANTO NON POTRA' BASARSI SOLTANTO SULL'ESPERIENZA E SUGLI "ANTICHI SUCCESSI" PER ATTENDERE AI GRAVOSI COMPITI CHE, ORMAI, L'OPERATIVITA' QUOTIDIANA IMPONE.

IN DEFINITIVA, I MANAGER CHE OPERANO NEL PRESIDIO DELL'ORGANIZZAZIONE E DEL CONTROLLO DEL **SERVIZIO** DEVONO AVERE COMPLETA PADRONANZA A:

- TRADURRE LA STRATEGIA IN OPERATIVITA';
- PRENDERE DECISIONI ORIENTATE AL RISULTATO;
- UTILIZZARE SISTEMATICAMENTE STRUMENTI DI ANALISI, CONTROLLO E VALUTAZIONE;
- COMUNICARE EFFICACEMENTE ALL'INTERNO DEL PROPRIO GRUPPO E DELL'ORGANIZZAZIONE;

- PRATICARE COMPORTAMENTI ORIENTATI AL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI;
- GUIDARE I COLLABORATORI VERSO IL MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI RISULTATI;
- NEGOZIARE PER SUPERARE LE CONFLITTUALITA'.

ESSERE MANAGER OGGI SIGNIFICA, QUINDI, SAPER GESTIRE CON RAPIDITA' ED EFFICIENZA UNA VASTA GAMMA DI VARIABILI UMANE E ORGANIZZATIVE SEMPRE PIU' COMPLESSE E IN CONTINUA EVOLUZIONE. ESSERE MANAGER IN UN PERIODO DI GRANDE TURBOLENZA VUOLE DIRE ANCHE ESSERE CAPACI DI ACCETTARE E GESTIRE DUBBI E INCERTEZZE TRASFORMANDOLI IN ENERGIA E VISIONE PER IL FUTURO. ... >>.

3172 )

## **DUE VISIONI POETICHE DI MADRE?**



**HO SCESO, DANDOTI IL BRACCIO, ALMENO UN MILIONE  
DI SCALE E ORA CHE NON CI SEI E' IL VUOTO AD OGNI  
GRADINO.**

**ANCHE COSI' E' STATO BREVE IL NOSTRO LUNGO  
VIAGGIO.**

**IL MIO DURA TUTTORA, NE' PIU' MI OCCORRONO  
LE COINCIDENZE, LE PRENOTAZIONI,  
LE TRAPPOLE, GLI SCORNI DI CHI CREDE  
CHE LA REALTA' SIA QUELLA CHE SI VEDE.**

**HO SCESO MILIONI DI SCALE DANDOTI IL BRACCIO  
NON GIA' PERCHE' CON QUATTR'OCCHI FORSE SI  
VEDE DI PIU'.**

**CON TE LE HO SCESE PERCHE' SAPEVO CHE DI NOI DUE  
LE SOLE VERE PUPILLE, SEBBENE TANTO OFFUSCATE,  
ERANO LE TUE.**

**(“SATURA” - E. M.)**

===fd===

**E IL CUORE QUANDO D'UN ULTIMO BATTITO  
AVRA' FATTO CADERE IL MURO D'OMBRA  
PER CONDURMI, MADRE, SINO AL SIGNORE,  
COME UNA VOLTA MI DARAI LA MANO.**

**IN GINOCCHIO, DECISA,  
SARAI UNA STATUA DAVANTI ALL'ETERNO,  
COME GIA' TI VEDEVA  
QUANDO ERI ANCORA IN VITA.**

**ALZERAI TREMANTE LE BRACCIA,  
COME QUANDO SPIRASTI  
DICENDO: MIO DIO, ECCOMI.**

**E SOLO QUANDO M'AVRA' PERDONATO,  
TI VERRA' DESIDERIO DI GUARDARMI.**

**RICORDERAI D'AVERMI ATTESO TANTO,  
E AVRAI NEGLI OCCHI UN RAPIDO SOSPIRO.**

**(“LA MADRE” - G. U.)**





3173 )

**MAI  
FARE LA GUERRA?**



<< ...

**NO!!!**



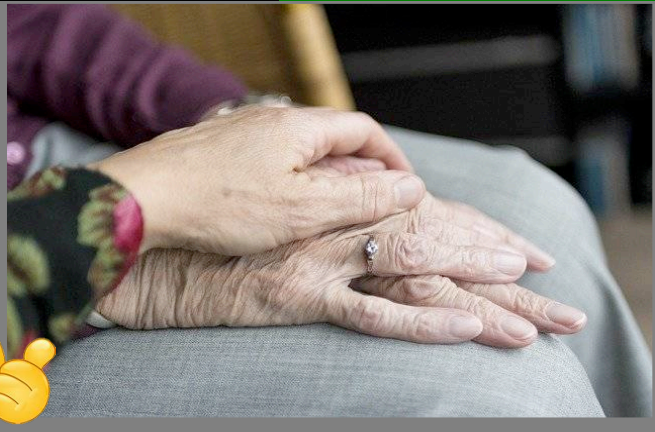
**“IUSTUM ENIM EST BELLUM  
QUIBUS NECESSARIUM, ET PIA  
ARMA UBI NULLA NISI  
IN ARMIS SPES EST”**



**(GIUSTA E' LA GUERRA PER COLORO PER I QUALI E'  
NECESSARIA; E PIE/RELIGIOSE SONO LE ARMI  
QUANDO NON C'E' NESSUN'ALTRA SPERANZA SE  
NON NELLE ARMI). ... >>.**

3174)

# A PROPOSITO DEL ... RISPETTO



**IL RISPETTO È UN ATTEGGIAMENTO, UNA CONDOTTA, ... CHE FAVORISCE LE RELAZIONI INTERPERSONALI ADEGUATE E SODDISFACENTI. ... ESSO È, INOLTRE, NECESSARIO (IN UN MONDO CON ~10MLD DI "CERVELLI") PER UNA CONVIVENZA SENZA CONFLITTI, IN CUI SI ACCETTANO LE DIFFERENZE TRA LE PERSONE/CERVELLI. ... SIA CHIARO: "LA CAPACITÀ DI RISPETTO NON È INDICE DI INFERIORITÀ" ...**

<< ... IL **RISPETTO** È MOLTO DI **È PIÙ DI UNA PAROLA**. ... IL **RISPETTO** NON SI PRONUNCIA, **SI DIMOSTRA** (COI GESTI/FATTI/COMPORAMENTI, COL CERVELLO/...). ... SEMPRE, IL **RISPETTO** È **AFFINE/ATTINENTE** ALLA **BUONA EDUCAZIONE**. ... **RISPETTARE** (A "VISO APERTO", A TESTA ALTA) NON HA NULLA A CHE VEDERE CON **STIMARE/APPREZZARE/AMMIRARE/CONDIVIDERE/...** ... SIA CHIARO, IL **RISPETTO** È **INTELLIGENZA, SINCERITÀ, COERENZA, CREATIVITÀ, LEALTÀ, ONESTÀ, SAGGEZZA, AMICIZIA, ...** . IL **RISPETTO** NON DEV'ESSERE RISERVATO/DESTINATO SOLO A CHI **CONDIVIDE LE NOSTRE IDEE, OPINIONI, I NOSTRI ORIENTAMENTI/INCLINAZIONI, ...** . IL **RISPETTO** È IL SAPERE **GUARDARE GLI ALTRI COME SI GUARDEREBBE SE STESSI**. ... **CHI MANCA DI RISPETTO (SOPRATTUTTO) A CHI NON HA GRAVI MANCHEVOLEZZE/SCORRETTEZZE, NON RISPETTA SE STESSO ...: CHI NON SA RISPETTARE LE PERSONE MERITEVOLI, "SUPERIORI", ANZIANE, ... NON SA, SPESSO, VOLERE BENE, AMARE, PIACERE, APPREZZARE/COMPNDERE, ... NESSUNO (COMUNQUE, NON È UNA PERSONA PER BENE)**. ... "SE HAI **SOFFERTO** (PER LA MANCANZA DI **RISPETTO** NEI TUOI CONFRONTI E SAI COSA VUOLE DIRE: **NON FARE SOFFRIRE!** ... SE SI È STATI **DELUSI: NON DELUDERE;** SE SI È STATO **FERITO: NON FERIRE!** ... IL **RISPETTO**, PER UNA PERSONA, VALE SE SI È **CAPACI DI ACCORDARLO/MOSTRARLO/USARLO QUANDO ESSA È IN VITA: NON DOPO LA SUA MORTE**". ... (fd) >>.

3175)

## QUAL È LA "FORZA" PIU' PREZIOSA E NON DETERIORABILE DI OGNI "IMPRESA"?

### SONO LE PERSONE!

SOLO UN "DIPENDENTE" SODDISFATTO GENERA "CLIENTI SODDISFATTI" E . . . CREA "PROFITTO".



PARIGI - CONVENTION-VINCITORI C.T. # RETE APV-PEUGEOT ITALIA

**FORD DICEVA: "OGNI SERA, ALLE 18.00, MI ASSALE UN BRIVIDO DI PREOCCUPAZIONE E DI GRAVE INCERTEZZA: IL MIO PATRIMONIO, LE MIE "RISORSE MIGLIORI" SCENDONO LE SCALE E ABBANDONANO LA MIA AZIENDA"**

<< . . . LA **FORZA DI UN'AZIENDA** E' RAPPRESENTATA DALLA **VISIONE COMUNE** CHE ANIMA LE SCELTE STRATEGICHE E TATTICHE E DALLE **COMPETENZE TECNICHE** E **RELAZIONALI** DELLE PERSONE CHE COSTITUISCONO I DIVERSI **TEAM**. **CIASCUN MEMBRO** DEI VARI TEAM, OLTRE A COMPETENZE ED ESPERIENZE ACCUMULATE NEGLI ANNI, PORTA CON SE' LE SUE **REFERENZE**, I **CONTATTI** PERSONALI E LE **ATTESTAZIONI** CHE LO HANNO RESO UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER MOLTE ALTRE PERSONE E PER I CLIENTI STESSI, CHE RAPPRESENTANO IL PRESENTE

**MA, SOPRATTUTTO, IL FUTURO DELL'IMPRESA STESSA.**

SOLO DIPENDENTI MOTIVATI E SODDISFATTI, SONO IN GRADO DI GARANTIRE ELEVATE PERFORMANCE E DI ASSUMERE UN RUOLO SEMPRE PIU' STRATEGICO PER LA CRESCITA AZIENDALE. . . . >>.

3176 )

### **LA CERIMONIA DEL THE'?**

**E' PIACERE, DESIDERIO, RAFFINATEZZA, VOLUTTA',  
MOMENTO DI MEDITAZIONE/RACCOGLIMENTO,  
STATUS SIMBOL.**



<< . . . IL MOMENTO DEL THE' E' UN MOMENTO DI RACCOGLIMENTO, DI MEDITAZIONE, UN MOMENTO DI "RICARICA" DI ENERGIA PERSONALE, ANCHE IN SITUAZIONI DI PIENA TURBOLENZA.

**ARRESTARE TUTTO PER ANDARE A PREPARARSI UN THE'.**

OGNI PAESE POSSIEDE UNA SUA, PROPRIA "CERIMONIA DEL THE'". IN **ORIENTE**, IN **CINA**, IL THE' E' ARTE DI VIVERE, DI SAPER CREARE UN MOMENTO DI DISTENSIONE CONVIVIALE IN UN AMBIENTE CONFORTEVOLE. NELLA CINA IMPERIALE, L'IMPORTANZA ACCORDATA AL THE' ERA TALE CHE LO RENDEVA INDISPENSABILE IN TUTTE LE CERIMONIE. NEI MATRIMONI, AD ESEMPIO, LA SUA DEGUSTAZIONE ERA D'AUSPICIO DI LUNGA VITA E DI FEDELTA' CONIUGALE, PER IL FATTO CHE LE THEIERE VIVEVANO CENTINAIA D'ANNI E PIU'. NELLA TRADIZIONE **INGLESE** IL THE' E' LEGATO ALL'ABITUDINE DELLA **DUCHESSA DI BEDFORD** DI PRENDERE IL THE', IN UNA TAZZA DI BELLISSIMA PORCELLANA, ALLE CINQUE DEL POMERIGGIO, SERVITO DALLA GOVERNANTE IN UN VASSOIO CON POSATE D'ARGENTO, DEL LATTE, DEL LIMONE E, IMMANCABILMENTE, DEI FIORI. IN **MAROCCO** SI UTILIZZA ESCLUSIVAMENTE THE' VERDE ED E' IL CAPO FAMIGLIA CHE LO PREPARA. CI SI SIEDE PER PRENDERE IL THE' PREFERIBILMENTE AFFONDANDO IL PROPRIO CORPO IN UN DIVANO BASSO. CIO' VUOLE DIRE CHE NON SI E' MOLTO PRONTI A RIALZARSI PRESTO. IL THE' VIENE VERSATO DA MOLTO ALTO. TRE INFUSIONI SUCCESSIVE SONO SERVITE. L'EDUCAZIONE PREVEDE CHE DOPO LA TERZA L'INVITATO SI RITIRI. IN **RUSSIA** IL THE' E' UNA BEVANDA CHE DEVE RISCALDARE I CUORI, OLTRE CHE I CORPI. E' SERVITO CON LA GRANDE THEIERA-SAMOVAR. UN PEZZETTO DI ZUCCHERO SI



3178 )

## LA QUOTA DEI CANALI NEL MERCATO ALIMENTARE?

<< . . . **SUPERMERCATI=29,6 / DETTAGLIO TRADIZIONALE=15,5 / RISTORANTI=13,8 / SUPERETTE=11,3 / IPERMERCATI=9,9 / PIZZERIE=7,9 / DISCOUNT=4,2 / BAR=3,5 / MENSE=1,8 / FASTFOOD=0,9 / SELF SERVICE=0,7 / ALTRI=0,9.**

**VALORI DEI CONSUMI ALIMENTARI?**

**DOMESTICI = 72 MILIARDI DI EURO < FUORI CASA = 30 MILIARDI DI EURO**

**TOTALE = 102 MILIARDI DI EURO . . . >>.**

## 3179 ) **IL DISCORSO COL "FOGLIETTO" PUO' ESSERE UNO STRUMENTO PER ACQUISIRE CONSENSO?**

<< . . . E' DIFFICILE IMMAGINARE **MUSSOLINI**, CHE DOPO ESSERSI AFFACCIATO AL BALCONE DI PIAZZA VENEZIA, AVESSO CAVATO DI TASCA IL "FOGLIETTINO" E SUBITO DOPO AVESSO "GRIDATO" CHE L'"*ORA SUPREMA DEL DESTINO DELLA PATRIA ERA SCOCCATA...*"; O **CHURCHILL** CHE AVESSO LETTO COSCIENZIOSAMENTE, DOPO AVERE INFORCATO GLI OCCHIALI, LA FAMOSA FRASE SUL "*SUDORE E SANGUE*"; PENSANDO, COSI', DI RIUSCIRE A TRASPORTARE/INFUOCARE LE MASSE.

**NO!!!**



**L'ORATORE COL FOGLIO NON E' UN ORATORE,  
NON RIUSCIRA' MAI A TRASPORTARE CON SE' CHI LO ASCOLTA.**

E ALLORA, PERCHE' SI USA IL "FOGLIETTO"? INNANZITUTTO, PER INSICUREZZA, OVVIAMENTE. LO SI FA PERCHE' NON SI CONOSCE ABBASTANZA IL TEMA CHE SI VUOLE TRATTARE, O PERCHE' SI TEME DI NON RICORDARE QUELLO CHE SI VUOLE DIRE, O PERCHE' SI HA PAURA DI DIRE TROPPO O TROPPO POCO. E POI, TUTTI PERCEPISCONO CHE IL DISCORSO SUL "FOGLIETTO" PUO' ESSERE STATO SCRITTO DA UN AIUTANTE PIU' BRAVO. IN SOSTANZA, PARLARE IN PUBBLICO NON E' DA TUTTI: SE SI TENGONO GLI OCCHI FISSI SUL "FOGLIETTO" NON SI GUARDA L'UDITORIO, CHE MAGARI INTIMORISCE. QUALI SONO LE CONSEGUENZE DI UN DISCORSO LETTO? LA PERSONA CHE ESTRAE IL "FOGLIO" DALLA TASCA E SI METTE A LEGGERE NON FA UNA BELLA FIGURA, NON DA L'IMPRESSIONE DI ESSERE PARTICOLARMENTE BRILLANTE O INTELLIGENTE. MA QUEL CHE E' PEGGIO, LA PAROLA LETTA FA UN EFFETTO TUTTO DIVERSO DELLA PAROLA SPONTANEA. IL DISCORSO "RECITATO" CON GLI OCCHI SUL FOGLIO (A PARTE L'OCCHIATA CIRCOLARE ALLA FINE DI OGNI PERIODO, PER SALVARE LE

APPARENZE) SEMBRA PREFABBRICATO, ARTIFICIOSO, INSCATOLATO, E CREA, CERTAMENTE, UN DIAFRAMMA CON GLI ASCOLTATORI. IL DISTACCO TRA I MANAGER, I POLITICI, I CAPI E LE PERSONE HA TANTE CAUSE DIVERSE, RICONDUCIBILI ALLA LORO SCARSA LEGITTIMAZIONE SUL PIANO DEI MERITI, CULTURALE, DELLA COMPETENZA, DELLE CAPACITA', ECC ; E IL "FOGLETTO" PER LA "RECITA" DEI DISCORSETTI NON E' CERTO LA CAUSA PRIMA. PERO', L'USO DEI "FOGLIETTI" NELLA COMUNICAZIONE/RELAZIONE CONTRIBUISCE MOLTISSIMO A NON ESSERE PERCEPITI COME PERSONE SPECIALI, AL DI SOPRA DELLA MASSA, IN DEFINITIVA COME LEADER. . . . >>.

3180 )

**L'AGGRESSIVITA' E'**  
**UNA "DOTE GENETICA" DELL'UOMO.**  
**E' SOLO PORTATRICE DI VIOLENZA?**



**NO!**

<< . . . L'AGGRESSIVITA' E' UNA COMPONENTE IMPORTANTE DELLA PSICHE UMANA. OCCORRE RICONOSCERLA E INDIRIZZARLA PER TRASFORMARLA IN UNA FORZA DI ADATTAMENTO, DI CRESCITA E DI AUTOAFFERMAZIONE. DI FRONTE AI FATTI DI CRONACA, OVE FA DA PROTAGONISTA LA VIOLENZA, LO STUPORE/SBIGOTTIMENTO FINISCONO SPESSO COL SOVRASTARE OGNI TENTATIVO DI CERCARE UN SENSO, UN SIGNIFICATO, UNA SPIEGAZIONE. E QUANDO LE CATEGORIE RAZIONALI NON SEMBRANO ESSERE PIU' IDONEE A INDAGARE I MISTERI PIU' PROFONDI DELL'ANIMO UMANO E' COMPRESIBILE CHE QUALCUNO INVOCHI MALI OSCURI O FOLLIE INENARRABILI O SI ARRENDA ALLO "SPIRITO DEI TEMPI", GIUDICANDO LA NOSTRA SOCIETA' SENZA REGOLE E VALORI, BASATA SULLA VIOLENZA E SULLA SOPRAFFAZIONE RECIPROCA.

**NON E' COSI'!**

ANCHE SE L'AGGRESSIVITA' FA PARTE DEL PATRIMONIO GENETICO DELL'INDIVIDUO, LORENZ, TRA TANTI ALTRI, HA DIMOSTRATO BRILLANTEMENTE CHE UN COMPORTAMENTO AGGRESSIVO NON SI ESPRIME NECESSARIAMENTE IN AGGRESSIONE DISTRUTTIVA MA, IN NATURA, E' VITALE PER L'ADATTAMENTO ALL'AMBIENTE. E' GRAZIE AD ESSA CHE TUTTI GLI ANIMALI RIESCONO A SOPRAVVIVERE, A RIPRODURSI, A DIFENDERE SE STESSI, IL PROPRIO TERRITORIO E A CONSERVARE COSI' LA PROPRIA SPECIE.

**IN OGNI INTERAZIONE UMANA**

**L'ATTO AGGRESSIVO E' SEMPRE PRESENTE, LATENTE O ESPlicito.**

LA SOCIETA' E LE FAMIGLIE HANNO IL COMPITO PRIMARIO DI MONITORARE O ORIENTARE L'AGGRESSIVITA' INDIVIDUALE E DI GRUPPO IN UNA DIREZIONE O IN UN'ALTRA PROMOVEDO PER MEZZO DELL'EDUCAZIONE, UNA INTERIORIZZAZIONE DEI VALORI, DELL'ETICA E DELLE NORME/LEGGI, CHE AGISCONO DA FRENO, DA FILTRO O DA TRASFORMATORI DELLE PULSIONI AGGRESSIVE NEGATIVE

VERSO **COMPORAMENTI SOCIALMENTE ACCETTABILI**. UNA **SOCIETA' COMPLESSA**, COME LA NOSTRA, E' **FORMATA**, IN REALTA', DA UNA **VARIETA' ESTESA** DI **"GRUPPI", DI "SOTTOGRUPPI", DI "TRIBU'", DI "CLAN", DI PARTITI, DI "SETTE", DI CLASSI, DI ASSOCIAZIONI, ... DI "AGGREGAZIONI VARIE"** A VOLTE **STABILI**, ALTRE **OCCASIONALI, FRAMMENTATE, INSTABILI**, CHE SI **INCONTRANO** O SI **SCONTRANO**, CHE CONVIVONO NELL'**INDIFFERENZA RECIPROCA** PIU' TOTALE, IN **MONDI PARALLELI**, CON **REGOLE DI APPARTENENZA E SISTEMI DI RIFERIMENTO MOLTO DIVERSI** FRA LORO. LE **PERSONE**, IN REALTA', VIVONO ALL'INTERNO DI QUESTA **VARIETA' DI AGGREGAZIONI** MENTRE SU DI ESSE **GALLEGGIANO** COME CONTENITORI RASSICURANTI LE **GRANDI CATEGORIE DELLA CONVIVENZA E DELLA SOCIALITA'**, EREDITATE DALLA **CULTURA ILLUMINISTICA** (LA "FAMIGLIA", LA "SOCIETA'", LO "STATO", LA "CITTA'", IL "MERCATO", LA "RELIGIONE", LA "SCUOLA", IL "PARTITO", ECC...) E CHE OGGI STENTANO A **FUNZIONARE** COME DISPOSITIVI EFFICIENTI DI **PROCESSI DI SOCIALIZZAZIONE**, ANCHE PERCHE' **NON PIU' PORTATORI ALLEATI** DI UNA STESSA **"CARTA DI VALORI"** E **NON PIU' BENE IMPLEMENTATI NELLA RETE SOCIALE**.

**OGGI, SI REGISTRA UNA DISGREGAZIONE TRASVERSALE DELL'ETICA COMUNE E UNA PROLIFERAZIONE DI ETICHE INDIVIDUALI O DI "GRUPPO" ORIENTATE PIU' ALLA SOPRAVVIVENZA DEGLI INTERESSI DEI SINGOLI INDIVIDUI, DI GRUPPI, ... CHE NON AL BENE COMUNE.**

**QUAL E' IL RISULTATO DI TUTTO CIO'?** L'**ECESSIVA CONFLITTUALITA'** CHE NON FAVORISCE IL **CONFRONTO** E LO **SVILUPPO SOCIALE/INDIVIDUALE**; ... **NON** AGEVOLA ANCHE I **PROCESSI PRIMARI DI SOCIALIZZAZIONE** DELLE **NUOVE GENERAZIONI**, DI **BAMBINI E GIOVANI**. ... IN PARTICOLARE. IL **"CONTESTO ETICO"** CHE CIRCONDA OGGI **TUTTI (BIMBI, GIOVANI E GRANDI)** E', DUNQUE, UN **CONTESTO** NEL QUALE LE **REGOLE** SONO PROFONDAMENTE **CONTRADDITTORIE, LABILI, RELATIVE**, ... .

**E ALLORA?**



'52/'53 > ALUNNI DI



UNA 1ª ELEMENTARE

**GENITORI, INSEGNANTI, MANAGER, POLITICI, AUTORITA' RELIGIOSE** CHE SONO PIU' DIRETTAMENTE **COINVOLTI** NEI **PROCESSI PRIMARI DI SOCIALIZZAZIONE** DEGLI **INDIVIDUI** DEVONO AGIRE **TESTIMONIANDO** L'**IMPORTANZA FONDAMENTALE DELLA CONVIVENZA** NELLA **LEGGE** E NELLE **REGOLE UGUALI PER TUTTI**: NULLA PUO' E DEVE SFUGGIRE AL **LEGAME CAUSA-EFFETTO**. PRESUPPOSTO VITALE PER FAVORIRE L'**APPRENDIMENTO/ACQUISIZIONE** DELLE **REGOLE** E' CHE ATTORNO ALL'INDIVIDUO ... LE **REGOLE** VERAMENTE ESISTANO, CHE SIANO SUFFICIENTEMENTE **CHIARE, EQUE, COERENTI** E, SOPRATTUTTO, **CONDIVISE**, DAI SOGGETTI CHE INTERVENGONO A VARIO TITOLO, **COL LORO ESEMPIO**, NEI **PROCESSI PRIMARI DI SOCIALIZZAZIONE**. ...

I RESPONSABILI DEI **PROCESSI EDUCATIVI/SCUOLE** E CHI HA **RESPONSABILITA'/LEADERSHIP NELLA SOCIETA', NELLE AZIENDE** DEVONO AGIRE CON



L'OBIETTIVO DI RICOSTRUIRE LE FUNZIONI DELL'IO" NELLA DIREZIONE DEL RICONOSCIMENTO E DELL'ASSUNZIONE DEL "SENSO DI CAUSALITA'>RESPONSABILITA'" NEL PROPRIO AGIRE E NON FAVORIRE MECCANISMI MENTALI/PSICOLOGICI/IDEOLOGICI CHE FAVORISCAANO AD ATTRIBUIRE AD ALTRI O AD ALTRO IL PESO DELLE PROPRIE AZIONI. RICONOSCIMENTO SIGNIFICA ANCHE ASSUMERE NEI CONFRONTI DELL'AGGRESSIVITA' UN ATTEGGIAMENTO DIVERSO: INDIVIDUARLA, SCOMPORLA, TOLLERARNE IL POTENZIALE DI DISTRUTTIVITA', TRASFORMANDOLA IN UNA FORZA DI ADATTAMENTO E DI CRESCITA. OCCORRE IN ALTRI TERMINI EDUCARE L'AGGRESSIVITA' PIUTTOSTO CHE REPRIMERLA O IGNORARLA. IN FONDO OCCORRE RICORDARE CHE L'ETIMO LATINO DA CUI DERIVA **AGGRESSIVITA' = AGGREDIOR** SIGNIFICA "ANDARE VERSO UN LUOGO, UNA PERSONA, AVVICINARSI A QUALCUNO " NON NECESSARIAMENTE CON CATTIVE INTENZIONI! ... >>.

3181 )

## ASILI NIDO 1990 / 2000 ?



**PIEMONTE = 210 / 248 – VALLE D'AOSTA = 7 / 11 – LOMBARDIA = 475 / 567 – TRENTINO ALTO ADIGE = 30 / 63 – VENETO = 136 / 322 – FRIULI V. G. = 37 / 57 – LIGURIA = 71 / 98 – EMILIA ROMAGNA = 356 / 403 – TOSCANA = 166 / 253 – UMBRIA = 45 / 66 – MARCHE = 90 / 138 – LAZIO = 190 = 255 – ABRUZZO = 43 / 42 – MOLISE = 4 / 5 – CAMPANIA = 31 / 102 – PUGLIA = 111 / 73 – BASILICATA = 19 / 28 – CALABRIA = 16 / 40 – SICILIA = 106 / 172 – SARDEGNA = 37 / 65.**

<< . . . IN ITALIA, DAI 3 MESI AI 3 ANNI, CI SONO 1.641.065 BAMBINI E 3010 ASILI NIDO, CONCENTRATI SOPRATTUTTO NEL NORD: IN EMILIA ROMAGNA IL 19% DEI BAMBINI HA UN NIDO A DISPOSIZIONE. IN CALABRIA L'1,9% (ALL'ULTIMO POSTO). L'OFFERTA SODDISFA SOLO IL 7% DELLA DOMANDA POTENZIALE. COME MINIMO NEI PROSSIMI 3 ANNI QUESTE STRUTTURE DOVREBBERO ESSERE QUINTUPLICATE (NECESSARI FONDI MIN.= £ 200 MLD). FINO A OGGI



L'ALTERNATIVA E' RAPPRESENTATA DALLA MAMMA, CHE DEVE RINUNCIARE AL LAVORO O DALLE **PREZIOSISSIME NONNE** O DALLE COSTOSISSIME BABY SITTER. OCCORRE INVECE MATURARE L'IDEA CHE I **"NIDI"** SONO SERVIZI D'INTERESSE PUBBLICO, CHE RISPONDONO AL DIRITTO DI SOCIALIZZAZIONE, EDUCAZIONE E CURA DEI BIMBI. ESSI DEVONO ESSERE STRUTTURATI IN MODO MOLTO FLESSIBILE PER VENIRE INCONTRO



ALLE ESIGENZE DEI GENITORI LAVORATORI, PER ESSERE AL PASSO CON I CAMBIAMENTI DELLA SOCIETA' ITALIANA E DEL COSTUME. OCCORRONO, OVVIAMENTE, EDUCATORI DI ALTO PROFILO E IL NUMERO DEI BIMBI PER ASILO DEVE ESSERE NON NUMEROSO AFFINCHÉ, SIA CHIARO, L'ASILO NIDO NON DEBBA ESSERE UN POSTO DOVE L'UNICO SCOPO SIA QUELLO DI BADARE AI BAMBINI. ... >>.

3182 )

## **COME GESTIRE IL CAMBIAMENTO SVILUPPANDO I VOLUMI, OTTIMIZZANDO LA COMPETITIVITA' E FIDELIZZANDO IL CLIENTE?**

**(AMMESSO CHE SIA CONVENIENTE, ANCORA OGGI, MIRARE ALLA FIDELIZZAZIONE)**

<< . . . IL MERCATO E' IN PROFONDA TURBOLENZA, I SUOI PARAMETRI/COORDINATE NON SONO CHIARI O FACILMENTE DECIFRABILI COME 10 ANNI FA, OCCORRE FARE I CONTI CON NUOVE INSTABILITA' E COMPLESSITA', CON I MUTAMENTI CULTURALI NEGLI ATTEGGIAMENTI E NELLE RELAZIONI TRA PERSONE E IMPRESE. LA COSTANTE, DI OGNI GIORNO, E' LA NASCITA CONTINUA DI INCOGNITE/SORPRESE (FIGLIE DELLA GLOBALIZZAZIONE, DELLE GRANDI INNOVAZIONI TECNOLOGICHE E DELLA RIVOLUZIONE DELLE COMUNICAZIONI). E ALLORA, COME AFFRONTARE UN TALE EPOCALE CAMBIAMENTO CARICO DI RISCHI, DI SFIDE, DI CONTRASTI MA CERTAMENTE, ANCHE, DI GRANDISSIME OPPORTUNITA'/VANTAGGI?

**OCCORRE RIPARTIRE RINUNCIANDO ALLE "VECCHIE" POSIZIONI DI POTERE,**

## RIPENSANDO IL MODO DI RAGIONARE E DI AGIRE, TRACCIANDO NUOVE STRADE.

LE IMPRESE DEVONO SAPERSI CONFRONTARE IN MODO INEDITO NON SOLO VERSO L'ESTERNO MA ANCHE VERSO IL LORO INTERNO; CON OBIETTIVI/POLITI-CHE/STRATEGIE CHE TOCCANO LE RISORSE UMANE, L'ORGANIZZAZIONE GLI STRUMENTI FINANZIARI, LE STRUTTURE OPERATIVE E GLI STRUMENTI RELAZIONALI. LE IMPRESE DEVONO SODDISFARE SIA IL MERCATO LOCALE CHE QUELLO GLOBALE. I MANAGER/LEADER NON POSSONO, GENERALMENTE, ESSERE INDIVIDUI SENZA "CULTURA", CON CARENTE CAPACITA' DI ASTRAZIONE/ELABORAZIONE/ANALISI E CREATIVA. NON BASTA CHE ESSI SIANO DEGLI OTTIMI OPERATIVI/"RAGIONIERI"/MOLTO CAPACI DI GESTIRE L'ESISTENTE. ESSI DEVONO AVERE CHIARO CHE E' PERDENTE/MORTALE DIFENDERE POSIZIONI "VECCHIE" ANCHE SE CONVENIENTI/CONSOLIDATE PER GLI INTERESSI PERSONALI. ESSI DEVONO CREARE/INDICARE CON CHIAREZZA LE "PRIORITA' TRASCINANTI", DEFINIRE UNO STRETTO LEGAME TRA I DUE MONDI, ALL'INTERNO E ALL'ESTERNO DELL'IMPRESA, ATTRAVERSO UN SISTEMA-AZIENDA ORIENTATO ALLA COERENZA/CONGRUENZA/COMPATIBILITA' TRA I VALORI VERSO LE PERSONE INTERNE E QUELLI VERSO IL MERCATO/CLIENTE. MA, SOPRATTUTTO, DEVONO SAPERE OTTIMIZZARE LA GESTIONE CONTEMPORANEA DI PROBLEMI CONTRASTANTI IN TERMINI DI OPPORTUNITA'/VANTAGGI, TRAMITE LA "CULTURA OLISTICA"; E NON CON MENTALITA' "TRADIZIONALE", RICERCANDO SOLUZIONI CON APPROCCI OPPOSTI. ... >>.

3183)

### UN CAPO-LEADER DEVE CAPIRE "COSA" MOTIVA LE PERSONE



**UN CAPO/LEADER, INNANZITUTTO, DEVE SAPERE ASCOLTARE/GUARDARE,  
ASCOLTARE/OSSERVARE E POI ... ASCOLTARE/VIGILARE:  
RICORDARSI CHE SI HANNO 2 ORECCHIE/OCCHI E ... 1 BOCCA!**

**OGNI SOGGETTO, IN QUESTO MONDO, HA IL DIRITTO  
(DOVERE?) DI CRESCERE/PROGREDIRE**

<< ... AFFINCHÉ UN **LEADER** POSSA "**ACCENDERE IL FUOCO**" NELLE **PERSONE** GLI GIOVA **CONOSCKERLE** E **CAPIRE** COSA LE MUOVE E COSA LE **FRENA**. UN **PRINCIPIO CARDINE** È SAPERE CHE IL **CERVELLO PUNTA A MASSIMIZZARE L'AUTOSTIMA** E LE **RICOMPENSE** E **MINIMIZZARE LE MINACCE/INTIMIDAZIONI/...** E L'**EMARGINAZIONE**. ... **PER STIMOLARE LE PERSONE OCCORRE** CONCENTRARSI SUI LORO **PUNTI DI FORZA**: È NELLA **NATURA UMANA**, NELLA STRUTTURA STESSA DEL NOSTRO **CERVELLO**, IL GUARDARE PRIMA IL **NEGATIVO** DEL **POSITIVO**, IL NOTARE QUELLO CHE MANCA PRIMA DI QUELLO CHE C'È. ... **POSSIAMO INCENTIVARE GLI ALTRI A FARE DI PIU'** SOLO **CAPENDO** (PER ESEMPIO) CHI, TRA LE PERSONE CHE VERAMENTE POTREBBERO DARE DI PIÙ, DESIDERA ARDENTEMENTE **FARE CARRIERA** (MIGLIORANDO LA SUA POSIZIONE). ... NELLO STESSO TEMPO ANCHE CHI, INVECE, **RINUNCIA ALLA CARRIERA, NON HA FIDUCIA, NON HA VOGLIA** O, ADDIRITTURA, **NON HA LE IDEE CHIARE**. ... ATTENZIONE, UN PÒ DI **FIDUCIA, VOGLIA E CHIAREZZA** GLIELA PUÒ DARE UN **CAPO-LEADER**, TRATTANDO COME **AMICO, COLLEGA, GENITORE, ... IL COLLABORATORE/COLLEGA** (È OVVIO CHE, A VOLTE, CIÒ PARE UN COMPITO TROPPO FATICOSO). ... ANCHE **SUI PIÙ LIMITATI** OCCORRE FOCALIZZARSI PER UN LORO **MIGLIORAMENTO**, ANCHE **PICCOLO**. ... OGGI, MOLTI **RICERCATORI**, CHE STUDIANO DA ANNI IL **COMPORTAMENTO UMANO IN AMBITO LAVORATIVO**, E CI INSEGNANO CHE, **NELLA REALTÀ**, CIÒ CHE **MOTIVA** DAVVERO LE PERSONE **NON È IL DENARO**, O COMUNQUE NON SOLO QUELLO. ... COME GUIDARE CHI NE SA PIU' DEL **CAPO/LEADER**: COME FA AD AIUTARE I MEMBRI DEL PROPRIO **TEAM/GRUPPO**, O DI UN GRUPPO DI LAVORO, A RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI, SE IL **CAPO/LEADER** PER PRIMO **NON È ESPERTO** DEL LAVORO CHE C'È DA FARE? INNANZITUTTO, LASCIARE L'EGO FUORI DALLA "PORTA"! ... IN QUESTO CASO, LA "CHIAVE" È ESSERE UN **LEADER FACILITATORE**, INVECE CHE UN **LEADER CAPO**. ... POI, A CHI NE SA PIÙ DI TE, (DOPO AVERGLIELO CHIARAMENTE "RICONOSCIUTO") "PASSARGLI" LA PALLA E SUPPORTANDOLO/AIUTANDOLO A SPINGERSI OLTRE. ... LA **TRANSIZIONE** DA **LEADER CAPO** A **LEADER FACILITATORE** È IL RISULTATO DELLA **CAPACITÀ DEL LEADER** DI **CREARE UN AMBIENTE APERTO-TRASPARENTE; INCORAGGIANDO**, COSÌ, I MEMBRI DEL GRUPPO A **SPERIMENTARE** ED **ESPRIMERSI SENZA PAURA O VERGOGNA**: ESPRIMERE UN AMBIENTE IN CUI **TUTTI** SONO **APERTI AD AIUTARE** E A CHIEDERE UN APPOGGIO, **AD OGNI LIVELLO DELLA GERARCHIA**. ... >>.

3184 )

## LA "LEGGE DEL DESIDERIO"?

"IL SESSO, PER NOI DONNE, E' UNA COMBINAZIONE ESPLOSIVA, DOVE GLI ISTINTI PIU' PRIMITIVI PRENDONO IL SOPRAVVENTO: E' POSSESSO, AMORE, RABBIA, ODDIO. E', FINALMENTE, LIBERAZIONE E ACCETTAZIONE DI SE".



<< VIENI, ENTRA E COGLIMI, SAGGIAMI PROVAMI...  
COMPRIMIMI DISCIOGLIMI TORMENTAMI...  
INFIAMMAMI PROGRAMMAMI RINNOVAMI.  
ACCELERA... RALLENTA... DISORIENTAMI.

CUOCIMI BOLLIMI ADDENTAMI... COVAMI.  
POI FONDIMI E CONFONDIMI... SPAVENTAMI...  
NUOCIMI, PERDIMI E TROVAMI, GIOVAMI.  
SCOVAMI... ARDIMI BRUCIAMI ARROVENTAMI.

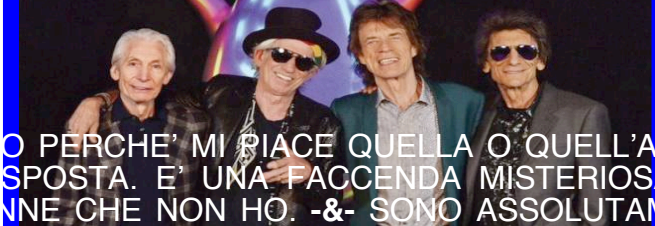
STRINGIMI E ALLENTAMI, CALAMI E AUMENTAMI.  
DOMAMI, SGOMINAMI POI SGOMENTAMI...  
DISSOCIAMI DIVORAMI... COMPROVAMI.

LEGAMI ANNEGAMI E INFINE ANNIENTAMI.  
ADDORMENTAMI E ANCORA ENTRA... RIPROVAMI.  
INCORONAMI. ETERNAMI. INARGENTAMI... >>.

**MICK JAGGER:****UN "LEADER ESTREMO"****NELLA MUSICA, NELLA VITA, NEL SESSO ?****NOOO !!!****"UN RAGAZZO VOLITIVO E RIVOLUZIONARIO . . .  
UN MITO CHE HA CONTRIBUITO A CAMBIARE IL****MONDO".****" SE NON CORRI ALCUN RISCHIO – SE NON COGLI AL VOLO LE OCCASIONI – SEI DESTINATO A CADERE –  
OH, SÌ TESORO, CADRAI SICURAMENTE .....****" DIO MI HA DATO TUTTO QUELLO CHE VOLEVO – VIENI – DARO' TUTTO A TE. ...."**

<< . . . MI HANNO FABBRICATO UNA SCATOLA. MI CI HANNO FICCATO DENTRO E NON VOGLIONO FARMI USCIRE. -&- LA DROGA MI FACEVA STARE BENE, NON LO FACEVO CONTRO LA SOCIETA', ERA UNA MIA FACCENDA INTERIORE, ADESSO NON MI SERVE PIU'. -&- A 58 ANNI CONTINUANO A DIRE CHE SONO UN SEX SYMBOL, SPESSO PERCHE' NON HANNO ALTRI ARGOMENTI. -&- E' DIFFICILE CANCELLARE LE CARICATURE DEL PASSATO. -&- NON HO UNA RELAZIONE STABILE. NON E' DETTO CHE DEBBA AVERE UNA RELAZIONE FISSA. ANZI E' ABBASTANZA NORMALE PER ME NON AVERLA. -&- SE HO AVUTO 7000 DONNE? DI SOLITO LA GENTE NON CI PRENDE MAI! -&-

**UNA NOTTE, DURANTE UNA TURNEE, E' VERO CHE SONO STATO CON UNA  
PORNOSTAR UNGERESE, MA SOLO PER ACCOVACCIARMI ADDOSSO,  
CERCANDO SEMPLICEMENTE AFFETTO. -&-**



A VOLTE MI CHIEDO PERCHE' MI PIACE QUELLA O QUELL'ALTRA DONNA E NON SO DARMICI UNA RISPOSTA. E' UNA FACCENDA MISTERIOSA. MA DI SOLITO MI PIACCIONO LE DONNE CHE NON HO. -&- SONO ASSOLUTAMENTE CONVINTO DI AVERE CAMBIATO IL MONDO. NON DA SOLO INTENDO DIRE. MA FACEVO PARTE DI UNA GENERAZIONE VOLITIVA CHE HA RIVOLUZIONATO LA SOCIETA'. LA SECONDA META' DEL '900 E' STATA MOLTO DIVERSA DALLA PRIMA PER MERITO, O DEMERITO NOSTRO. E' STATO COME UN CAMBIAMENTO DI MAREE. -&- SONO UN MILIARDARIO. NON SONO UN UOMO D'AFFARI. NESSUNO SI ASPETTA CHE UNA STAR DEL ROCK SIA POVERA. -&- NON PENSO CHE SIA NECESSARIO ESSERE SEMPRE TRASGRESSIVI. UNA PARTE DELLA TUA VITA PUO' ESSERE TRASGRESSIVA, UN'ALTRA NO. PER ALTRO, COSA VUOLE DIRE "NORMALE"? -&- CREDO CHE IL PROBLEMA DEL TERRORISMO SIA GRAVE CHE VADA COMBATTUTO SU PIU' FRONTI. MI SENTO SEMPRE MALE QUANDO VEDO I PAESI PIU' RICCHI DEL MONDO CHE COMBATTONO CONTRO QUELLI PIU' POVERI, PER QUANTO UNA CAUSA POSSA ESSERE GIUSTA. PERO', SI RIFANNO SEMPRE GLI STESSI ERRORI: COMBATTIAMO QUELLI CHE ABBIAMO AIUTATO IERI. -&- IL CONFLITTO NON E' MAI TRA CIVILTA'. IL CONFLITTO E' TRA POVERTA' E

RICCHEZZA. CI SONO MOLTI MODI DI DICHIARARE GUERRA. SI PUO' DICHIARARE GUERRA ANCHE CON LA GLOBALIZZAZIONE, NON SOLO CON IL TERRORISMO.

... >>.



3186 ) **LA SISTEMATICA MANCANZA DI RICONOSCENZA,  
DOPO AVERE FATTO DEL BENE,  
DEVE SPINGERCI A NON FARNE PIU'?**

<< . . . RINUNCIARE ALLA NOSTRA FIDUCIA NEL VALORE DELLA SOLIDARIETA', DELLA GENEROSITA', DELL'ALTRUISMO E' L'UNICA COSA DA NON FARE MAI. E MAI SOTTOSTARE AL RICATTO CHE LA PERSONA RANCOROSA METTE IN ATTO NEI NOSTRI CONFRONTI. METTERSI AL SUO LIVELLO E INGAGGIARE CON LEI UN CONFLITTO PERSONALE, DIMENTICANDO CHE SI HA DI FRONTE UN SOGGETTO PSICOLOGICAMENTE E SOCIALMENTE DEBOLE E, FORSE, SCARSAMENTE COLTO, INCAPACE DI CAPIRE L'INVIDIA CHE PROVA (PER AVERE RICEVUTO DEL BENE DA NOI) E DI AFFRONTARE IN MODO POSITIVO IL SUO SENSO DI IMPOTENZA, DI FALLIMENTO E DI INFERIORITA' RISPETTO A NOI. . . . >>.

3187 ) **NASCERE, VIVERE, MORIRE, RISORGERE:  
E' CREDIBILE  
QUESTO PERCORSO / DESTINO DELL'UOMO?**

<< . . . DAL MOMENTO DELLA NASCITA C'E' LA COSTANTE POSSIBILITA' CHE UN ESSERE UMANO **MUOIA** IN QUALSIASI MOMENTO. E, INEVITABILMENTE, QUESTA POSSIBILITA' DIVENTERA' UN FATTO COMPIUTO. OGNI ANNO **MUOIONO** IN MEDIA PIU' DI **50 MILIONI** DI PERSONE. UNA MEDIA GIORNALIERA DI CIRCA **140.000**: CIRCA **50** OGNI MINUTO CHE PASSA. DA SEMPRE L'UOMO HA DOVUTO ACCETTARE LA TERRIBILE REALTA' DELLA **MORTE**. L'UMANITA', DA SEMPRE, HA ESPRESSO UN ESTREMO BISOGNO DI UNA VITTORIA SULLA **MORTE**. MA CIO' E' POSSIBILE? E ALLORA L'UOMO SI E' CHIESTO: MA PERCHE' SI **MUORE**? ECCO CHE L'UOMO "RICORRE" ALLA BIBBIA (*GENESI 2:15-17*): "DI OGNI ALBERO DEL GIARDINO PUOI MANGIARE. MA IN QUANTO ALL'ALBERO DELLA CONOSCENZA DEL BENE E DEL MALE NON NE DEVI MANGIARE, POICHE' NEL GIORNO IN CUI NE MANGERAI **MORIRAI!**". QUINDI L'UOMO SAREBBE **MORTO** SOLO SE AVESSE MANGIATO IL FRUTTO DELL'ALBERO DEL BENE E DEL MALE.

**CIO' SIGNIFICA CHE L'UOMO NON E' STATO FATTO PER MORIRE;  
ADAMO AVEVA LA PROSPETTIVA DI VIVERE PER SEMPRE.**

PERCHE' **MORI**' DUNQUE? (*GENESI 3:6*) "LA DONNA VIDE CHE L'ALBERO ERA BUONO COME CIBO E CHE ERA QUALCOSA CHE METTEVA VOGLIA AGLI OCCHI.



PRESE DUNQUE DEL SUO FRUTTO E LO MANGIAVA. NE DIEDE POI ANCHE A SUO MARITO QUANDO FU CON LEI ED EGLI LO MANGIAVA". DUNQUE, LA **MORTE** SOPRAGGIUNSE SOLO A CAUSA DELLA DISUBBIDIENZA.

INFATTI, (GENESI 3:22 E 3:19) "DIO DISSE ALL'UOMO: COL SUDORE MANGERAI FINCHE' TORNERAI AL SUOLO, POICHE' DA ESSO SEI STATO TRATTO. PERCIO', POLVERE SEI E IN POLVERE TORNERAI". PERTANTO, ANCHE NOI SUBIAMO QUESTA TRISTE EREDITA'. MA, QUESTA SITUAZIONE E' DISPERATA? **NO!** (ISAIA 25:8 E OSEA 13:14a) "DIO INGHIOTTIRA' LA **MORTE PER SEMPRE**". CIOE', DIO POI, CON LA SUA POTENZA, PROMISE DI REDIMERE L'UMANITA' DALLA **MORTE** PER MEZZO DELLA RESURREZIONE NON SOLO IN TERMINI DI SPIRITUALI MA FISICI (COME GESU' CON LAZZARO). FU PROPRIO GESU' A FARE PIENA LUCE SU QUESTA MERAVIGLIOSA SPERANZA COL SUO ESEMPIO. INFATTI PAOLO DISSE: "PERCIO', FRATELLI, ABBIAMO FRANCHEZZA PER LA VIA D'INGRESSO MEDIANTE GESU', CHE EGLI INAUGURO' PER NOI COME VIA NUOVA". E, ANCORA, (ROMANI 6:5) "SE SIAMO UNITI A LUI NELLA SOMIGLIANZA DELLA SUA **MORTE**, SAREMO UNITI A LUI NELLA SOMIGLIANZA DELLA SUA RESURREZIONE". PIU' PRECISAMENTE GESU' PARLO' DELLA SPERANZA DELLA RESURREZIONE QUANDO DISSE ALL'AMICA MARTA:

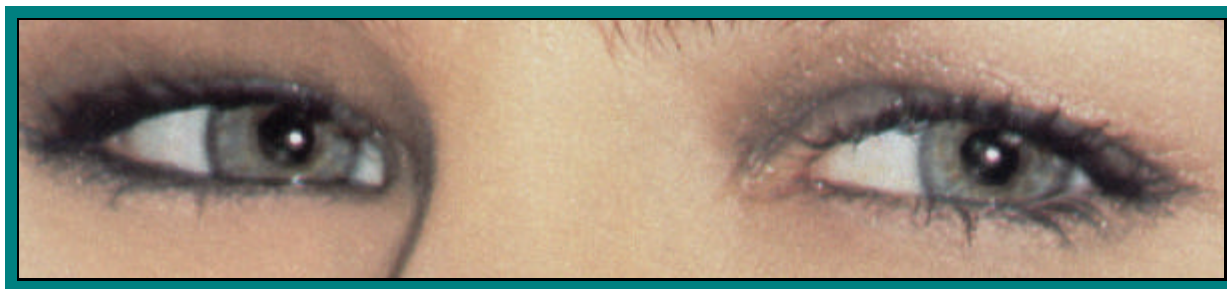


**"IO SONO LA RISURREZIONE E LA VITA.**

**CHI ESERCITA FEDE IN ME, BENCHE' MUOIA, TORNERA' IN VITA".**

ATTENZIONE, QUESTO, IN FONDO, E' IL CUORE DELLA QUESTIONE! SE E' VERO CHE GESU' E' RISORTO E' VERO TUTTO: DIO, IL PARADISO, L'INFERNO, LA GENESI, L'ASSUNZIONE DI MARIA, ECC ... >>.

3188 ) << . . . AGISCI SEMPRE IN MODO DA ACCRESCERE IL NUMERO DELLE POSSIBILITA' DI SCELTA. . . . >>.



3189 ) **PERCHE' LA VECCHIA MANAGERIALITA'  
NON SODDISFA PIU'?**

<< . . . IL PANORAMA ORGANIZZATIVO E D'IMPRESA E' SEMPRE PIU' UN UNIVERSO INSTABILE. PERCHE?

- FLESSIBILITA' OPERATIVE SEMPRE PIU' SPINTE E CONIUGATE CON LA RICERCA DEL MANTENIMENTO DI STANDARD DI EFFICIENZA;
- PROFESSIONALITA' ORIENTATE ALL'IMPREDITORIALITA' E CAPACI DI SVILUPPARE CONTINUAMENTE LE PROPRIE COMPETENZE VERSO ORIZZONTI NON SEMPRE DEFINIBILI A PRIORI;
- LAVORO IN TEAM TEMPORANEI, CHIAMATI AD AGGREGARSI/DISAGGREGARSI CONTINUAMENTE MANTENENDO EFFICIENZA ED EFFICACIA OPERATIVA;
- RETI DI VENDITA, DI RICERCA, DI PRODUZIONE, DI APPRENDIMENTO, INFORMATICHE A SUPPORTO DEL BUSINESS, DAI CONFINI NON SEMPRE BEN DEFINITI.

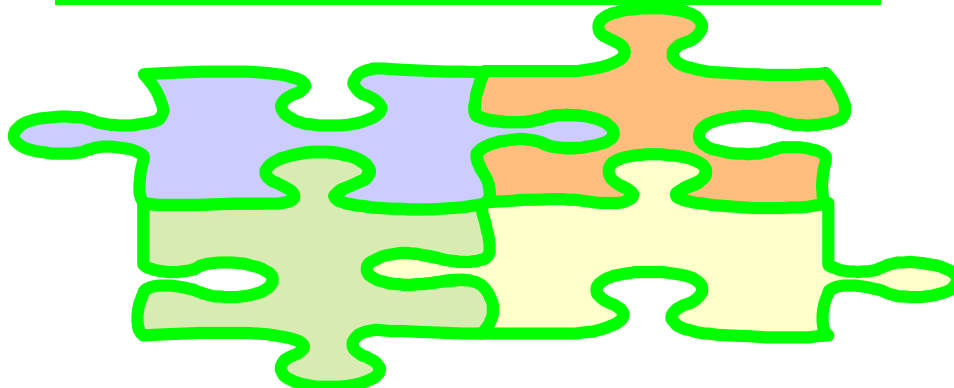
IN TALE SCENARIO LA GOVERNANCE STENTA A ESSERE SODDISFATTA DAI TRADIZIONALI PARADIGMI MANAGERIALI FONDATI SULLA LINEARITA' E SULLA PREVEDIBILITA' DEI PROCESSI DI SVILUPPO. E' UNA LEGGEREZZA MORTALE PROMUOVERE A MANAGER DIRETTIVO SOGGETTI CHE ABBIANO COME UNICA DOTE UNA, SEPPURE RICONOSCIUTA E NON TRASCURABILE, ESPERIENZA MATURATA SOLO NELL'ESERCIZIO DEL PROPRIO LAVORO; O UN'APPREZZABILE CAPACITA' OPERATIVA E DI GESTIONE DELL'ESISTENTE. INFATTI, IN ASSENZA DI "RICETTE", LA RICERCA DI NUOVI ORIZZONTI RICHIEDE UN PERCORSO ORIGINALE E INEDITO, CHE PASSA ANCHE ATTRAVERSO GLI OCCHI DI DISCIPLINE/CULTURE APPROPRIATE. E' FUORI DI DUBBIO CHE CORSI DI STUDI DI INGEGNERIA, BIOLOGIA, MEDICINA/GENETICA, FISICA, EPISTEMOLOGIA\*, OFFRINO VISIONI DI EVOLUZIONE, DI SVILUPPO, DI APPRENDIMENTO FONDATE SU LOGICHE CON COMPONENTI DI ALTA CREATIVITA', CAPACITA' CRITICA, ASTRAZIONE TALE DA LANCIARE "PONTI" NELLA SOLUZIONE DELLE ATTUALI PROBLEMATICHE MANAGERIALI. OCCORRE, QUINDI, FORZARE LA CONTAMINAZIONE TRA ATTIVITA' MANAGERIALE E TALI DISCIPLINE PER APRIRE SCENARI CHE PREFIGURINO NUOVE STRATEGIE DI GOVERNANCE E NUOVE PRASSI.

**\* EPISTEMOLOGIA= STUDIO, CONSACRATO DALL'ESAME CRITICO, DELLA NATURA E DEL VALORE DELLA CONOSCENZA SCIENTIFICA NELL'AMBITO DELLA VERIFICA DELLE FORME E DEI LIMITI DELL'ATTIVITA' CONOSCITIVA UMANA.**

. . . . >>.

3190 )

## **L'IMPORTANZA DELLE RELAZIONI NELL'ORGANIZZAZIONE INTERNA?**



<< LE PERSONE (L'*UOMO-AZIENDA*) SONO IL NUCLEO ENERGETICO CHE ANIMA I COMPLESSI MECCANISMI EVOLUTIVI DI OGNI SISTEMA ORGANIZZATIVO. IL GRADO DI COMPETITIVITA' DI UN'AZIENDA E' DATO OGGI DALLE SUE CAPACITA' DI PRENDERSI CURA DI QUESTO DELICATO ECOSISTEMA, DI DIAGNOSTICARE E MONITORARE NEL TEMPO IL SUO STATO DI SALUTE, DI INTERVENIRE SUL SUO PATRIMONIO UMANO, DI SEGUIRE I PROCESSI DI SVILUPPO E DI FAVORIRNE LA CRESCITA E L'INDEROGABILE CAMBIAMENTO. PER ALTRO, PER QUANTO CONCERNE LO SCENARIO ESTERNO ALL'AZIENDA, STIAMO ATTRAVERSANDO UN'EPOCA DOVE L'ECONOMIA GLOBALE IMPONE ALLE AZIENDE DI RIVEDERE I PROPRI CICLI DI VENDITA E DI DARE VITA A UNA NUOVA CULTURA COMMERCIALE. CONOSCENZA, VISIONE, VALORE, SONO SOLO ALCUNI DEI CRITERI BASE PER ACCRESCERE LA RICCHEZZA COMUNE E GENERARE UNA RELAZIONE DI SUCCESSO CON I PROPRI CLIENTI (L'*UOMO-MERCATO*). E' INEVITABILE ALLORA CHE ANCHE LE STRATEGIE PIU' CONSOLIDATE VADANO RIVISTE CON GLI OCCHI DI CLIENTI SEMPRE PIU' ESIGENTI, COMPETENTI E ORIENTATI AL FUTURO E CHE TEMPI E TATTICHE VADANO RIELABORATI SU QUESTA NUOVA REALTA'. E ALLORA, SUL PIANO STRATEGICO, PER SVILUPPARE RELAZIONI VINCENTI CON I CLIENTI (L'*UOMO-MERCATO*) E PER RAGGIUNGERE CON LORO UN SUCCESSO AL DI LA' DI OGNI ASPETTATIVA E' VITALE SOSTENERE LO SVILUPPO ARMONICO DEL CAPITALE UMANO INTERNO ALL'AZIENDA (L'*UOMO-AZIENDA*), PROMUOVENDO UNA REALE CRESCITA DEL SUO CONSENSO E DELLA SUA CULTURA ORGANIZZATIVA SU BASE PROCESSI, CHE SODDISFI LE ESIGENZE INDIVIDUALI DI CIASCUNO E QUELLE DI GRUPPO IN MANIERA CONGRUENTE CON LE ESIGENZE DEL MERCATO. GUAI SE I CONDIZIONAMENTI CULTURALI, E L'INCURIA INTERNI PREVALGONO SULLE SOLLECITAZIONI PROVENIENTI DALL'ESTERNO/MERCATO! ED E' ALTRETTANTO DEMENZIALE CHE L'IMPRESA PENSI DI OTTIMIZZARE L'ATTENZIONE, LA SENSIBILITA' E L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE VERSO L'ESTERNO MENTRE USA ARROGANZA, SORDITA', INSENSIBILITA' "CATTIVERIA" VERSO I SUOI UOMINI/DONNE. . . . >>.

3191 )

## **CI SONO INDIVIDUI DEMOTIVATORI NATI E IRRECUPERABILI?**

<< . . . SIN DALLE EPOCHE PIU' REMOTE, L'UOMO HA ANCHE IMPARATO A DEMOTIVARE IL PROSSIMO, A FARLO ARRABBIARE, A FRUSTRARLO, AD ANNICHILIRLO, AD AVVILIRLO. ALL'INIZIO QUESTA ARTE VENIVA PRATICATA IN MODO GREZZO, AGENDO SUL PIANO FISICO. NELL'ANTICO EGITTO, AD ESEMPIO,



I RIOTTOSI, VENIVANO PUNITI CORPORALMENTE CON LE FRUSTATE. NEL TEMPO, CON UN IMPEGNO CRESCENTE, L'UOMO SI E' EVOLUTO, HA MIGLIORATO QUESTA CAPACITA' DI DEMOTIVARE AGENDO SOLO SUL PIANO PSICOLOGICO. OGGI LA DEMOTIVAZIONE, E' DIVENTATA COSI' UNA VERA E PROPRIA SCIENZA CHE FAVORISCE L'AVVERSIONE E IL DISTACCO DAL LAVORO, LA DIFFIDENZA VERSO IL PROSSIMO E LA FRUSTRAZIONE. GLI STUDI HANNO DIMOSTRATO CHE UN'EQUIPE DEMOTIVATA E' GARANZIA DI UN AUMENTO DEI COSTI AZIENDALI DEL 30%. LE TECNICHE DIVENTANO VIA VIA PIU' RAFFINATE E MERITANO UN RIPASSO E UN ULTERIORE AGGIORNAMENTO. IL SUCCESSO NELLA DEMOTIVAZIONE SE E' CONCRETO/REALE, OCCORRE MISURARLO IN MANIERA OGGETTIVA/VISIBILE A TUTTI ATTRAVERSO IL LIVELLO DIFFUSO DI:  
DESIDERIO DI:

**DESIDERIO DI RIVINCITA'+  
ANIMOSITA'+RANCORE+ASTIO+MALANIMO+ACREDINE+ODIO+  
DIFFIDENZA+RISENTIMENTO+NEGATIVITA'+SCARSI  
RISULTATI+ASSENZA DI SPIRITO DI SERVIZIO+SCARSA  
CREATIVITA'+INFEDelta'/ELEVATO TOURNOVER.**

E ALLORA, QUAL E' IL LINGUAGGIO MAGICO PER DEMOTIVARE CON CERTEZZA E SENZA FATICA?

### **ECCOLO:**

- ◆ CON LA MIA VENUTA LEVATEVI DALLA MENTE DI LAVORARE COME PRIMA: QUELLO CHE AVETE FATTO CON L'ALTRO CAPO NON M'INTERESSA. IO INTENDO ANDARE PER LA MIA STRADA!
- ◆ QUANDO SUCCEDERA' CI PENSEREMO!
- ◆ LO SAPEVO GIA'!
- ◆ IL TUO SUGGERIMENTO E' IMPOSSIBILE REALIZZARLO!
- ◆ HO GIA' PROVATO IO E SO CHE NON FUNZIONA!
- ◆ NON FUNZIONERA' MAI NEL MODO IN CUI L'HAI PROGETTATO!
- ◆ CI SONO GIA' TROPPE IDEE QUI DENTRO. PRENDERO' IN CONSIDERAZIONE LA TUA NON APPENA AVRO' TEMPO!
- ◆ PARLIAMONE UN ALTRO GIORNO!
- ◆ NON VENITE DA ME A PROPORMI SOGNI, SIATE CONCRETI!
- ◆ ASPETTIAMO E VEDIAMO COSA SUCCEDERE!
- ◆ PERCHE' VUOLE MODIFICARLO? FUNZIONA GIA' BENE COSI'!
- ◆ CI SONO DELLE REGOLE, QUESTO NON FUNZIONERA'!
- ◆ LA TUA IDEA E' TROPPO DIVERSA DAL NOSTRO MODO DI PENSARE. IL CAPO NON APPROVERA'.
- ◆ IN QUEST'AZIENDA NON POSSIAMO FARE QUESTE COSE.
- ◆ QUESTO POTRA' ANDARE BENE IN GIAPPONE, MA NON FUNZIONA DA NOI.
- ◆ LA VITA E' PIU' COMPLESSA DI QUANTO TI SEMBRI.
- ◆ TU PROBABILMENTE NON TE NE RENDI CONTO!
- ◆ E' UNA BUONA IDEA, MA NON ABBIAMO I FONDI PER REALIZZARLA.
- ◆ IO SO GIA' CHE QUESTO CREERA' PROBLEMI PIU' AVANTI.
- ◆ SE NON LE STA BENE, SE NON E' SODDISFATTO LEI E' LIBERO DI ANDARSENE, LA PORTA E' APERTA, NESSUNO LA TRATTIENE, POSSIAMO FARE CERTAMENTE A MENO DI LEI!

◆ SIA CHIARO CHE COME DIRETTORE DEL PERSONALE DEVO DIMOSTRARE IN OGNI OCCASIONE DI ESSERE PIU' "FIGLIO DI PUTTANA" DEI MIEI INTERLOCUTORI.

OVVIAMENTE SI POSSONO RAGGIUNGERE RISULTATI ECCELLENTI ESPRIMENDO QUESTE FRASI SORRIDENDO/SOGGHIGNANDO E CON UN PO' DI DISTACCO.

**AUGURI!!!!!!** ...>>.

3192 )

## IL RUOLO DI UNA PERFETTA SEGRETARIA / ASSISTENTE DI DIREZIONE



<< . . . ESSERE UN'ASSISTENTE EFFICIENTE/PERFETTA E' UNA SFIDA SEMPRE PIU' DIFFICILE: LE *MANAGER ASSISTENT*, INFATTI, DEVONO ASSUMERE UN NUMERO SEMPRE MAGGIORE DI RESPONSABILITA' NELL'ASSISTERE LE PERSONE PER LE QUALI LAVORANO. CIO' RICHIEDE NUOVI *SKILL*, IN PARTICOLARE DAL PUNTO DI VISTA DEI RAPPORTI INTERPERSONALI. L'*ASSISTERE* E' COMPLESSO E ARTICOLATO: ACCANTO ALLA RESPONSABILITA' DI ORGANIZZARE, COORDINARE E GESTIRE GLI ASPETTI PRATICI DELL'UFFICIO E', INFATTI, UNA FUNZIONE DI SOSTEGNO E GUIDA NEI CONFRONTI DEL PROPRIO RESPONSABILE. L'*ASSISTENT* SI TROVA A DOVERE GESTIRE CON TATTO E DIPLOMAZIA PERSONE ALL'INTERNO E ALL'ESTERNO DELL'AZIENDA. E' IMPORTANTE ESSERE DOTATI DELLA CAPACITA' DI GESTIONE ANCHE DELLE PERSONE DIFFICILI, RIUSCENDO A COSTRUIRE E CONSERVARE RAPPORTI POSITIVI E RIDURRE I CONFLITTI AL MINIMO. TALI COMPETENZE NON E' DETTO CHE VENGA ACQUISITE E SVILUPPATE IN MODO NATURALE/AUTOMATICO MA, TRAMITE LA PARTICOLARE ATTITUDINE, BISOGNA DI FATTO APPRENDERLE SUL "CAMPO", IN MANIERA ATTIVA, ED ESERCITANDOSI AD APPLICARLE QUOTIDIANAMENTE CON L'OBIETTIVO DI GESTIRE CON PROFESSIONALITA' TUTTI GLI ASPETTI DEL PROPRIO RUOLO. E ALLORA, IN SINTESI, QUALI SONO LE FUNZIONI E LE ASPETTATIVE LEGATE AL RUOLO DI *SEGRETARIA/ASSISTENTE* DI DIREZIONE?

✓ AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DI SE' E DEGLI ALTRI SUL PROPRIO RUOLO/MISSIONE.

- ✓ SAPERE DEFINIRE LE PRIORITA' E LAVORARE D'ANTICIPO, ACCRESCENDO LA PROPRIA AUTONOMIA OPERATIVA.
- ✓ COMPRENDERE I DIVERSI STILI DI COMPORTAMENTO, AUMENTANDO LA CAPACITA' DI ASCOLTO PER ESERCITARE UNA MAGGIORE INFLUENZA.
- ✓ CONSIDERARE LE INFLUENZE CHE INTERVENGONO SUL POSTO DI LAVORO.
- ✓ MASSIMIZZARE I PROPRI PUNTI DI FORZA, CONOSCERE E VALORIZZARE LE PROPRIE COMPETENZE RICONOSCENDONE IL VALORE, ASSUMENDO INIZIATIVE E PRENDENDO DECISIONI. SAPERE IDENTIFICARE LE SITUAZIONI IN CUI OFFRIRE AIUTO E SOSTEGNO.
- ✓ ANALIZZARE A FONDO LA NATURA DELLA COMUNICAZIONE, APPLICANDO ATTIVAMENTE LE TECNICHE PERSUASIVE PIU' EFFICACI E INTERPRETANDO IL LINGUAGGIO GESTUALE DEL PROPRIO INTERLOCUTORE.
- ✓ SAPERSI DISTRICARE NELLA MOLTEPLICITA' DI "SITUAZIONI TELEFONICHE" CON PROFESSIONALITA', DISINVOLTURA E COMPETENZA.
- ✓ SCOPRIRE COME ADATTARE IL PROPRIO COMPORTAMENTO PER CREARE SITUAZIONI POSITIVE E "RELAZIONI" ATTRAVERSO LA RECIPROCA COMPRESIONE DELLE PARTI.
- ✓ IDENTIFICARE E RISOLVERE I CONFLITTI, EVITARE GLI EQUIVOCI, GESTIRE I RECLAMI, TRATTARE CON LE PERSONE DIFFICILI PER GARANTIRE UN BUON CLIMA DI LAVORO NELLA DIREZIONE.
- ✓ ESSERE **ASSERTIVI** (NON AGGRESSIVI), NON SOLO UTILIZZANDO PAROLE FORTI MA MOSTRANDOSI FERMI E NELLO STESSO TEMPO CALMI IN QUALSIASI CIRCOSTANZA, ADATTANDO LE PROPRIE "RISPOSTE" AFFINCHÉ SIANO ADEGUATE ALLA SITUAZIONE O ALLA PERSONA CON CUI SI HA A CHE FARE. PERCIO', OCCORRE DARE SEMPRE SEGNALI DI SICUREZZA ATTRAVERSO L'ASPETTO E UTILIZZANDO IL LINGUAGGIO DEL CORPO PER DARE PIU' FORZA E AUTOREVOLEZZA AI PROPRI MESSAGGI. ESSERE ASSERTIVI DAVVERO SIGNIFICA PRENDERE IN CONSIDERAZIONE IL PROPRIO PUNTO DI VISTA, NON FARSI MANIPOLARE DAGLI ALTRI E DIFENDERE I PROPRI DIRITTI. L'ASSERTIVITA' E' UNO STRUMENTO DA USARE CON GENTILEZZA MA CON FERMEZZA, TALE, PERO', DA ISPIRARE FIDUCIA E RISPETTO DA PARTE DEI PROPRI COLLEGHI E DEI RESPONSABILI.
- ✓ SAPERE RENDERE ACCOGLIENTE, CALOROSO, RILASSANTE, "SERIO", ORDINATO L'UFFICIO VOSTRO E DEL CAPO. CAMBIANDO COSI' IL DECORO DEL POSTO DI LAVORO, OLTRE A ESSERE D'ESEMPIO AGLI ALTRI, MIGLIORERA' CERTAMENTE L'ATMOSFERA DELL'AMBIENTE E IL BENESSERE QUOTIDIANO.
- ✓ LA SUA IMMAGINE DI ESEMPLARITA' POSITIVA DEVE ESSERE TALE DA ESSERE "GUARDATA" (AMMIRATA) DA TUTTI DAL "BASSO" (MAI DALL'"ALTO"), IMPARANDO A MANTENERE IL **MASSIMO CONTROLLO** SUL **LAVORO** E, ANCHE, SULL'IMMAGINE DELLA PROPRIA **VITA PRIVATA**. GESTIRE LA PROPRIA IMMAGINE E AUTOREVOLEZZA E QUELLA DELLA FUNZIONE DI **SEGRETERIA/ASSISTENTE** VUOLE DIRE ANCHE, PER ESEMPIO, NON DANDO L'IMPRESSIONE DI "CINGUETTARE" O AVERE RAPPORTI PIU' CONFIDENZIALI CON QUALCHE COLLABORATORE O DI MOSTRARSÌ APPARTENENTE A QUALCHE "CLAN": CHI AVREBBE PIU' FIDUCIA SULLA SUA RISERVATEZZA? TUTTO CIO', OVVIAMENTE, AL FINE DI OTTIMIZZARE LA TRASMISSIONE DELL'IMMAGINE, DELLA DIREZIONE E AZIENDALE, DI CORRETTEZZA, ESEMPLARITA', IMPARZIALITA'/OMOGENEITA' E, PERCIO', MERITEVOLE DI RISPETTO.
- ✓ GESTIRE E OTTIMIZZARE L'"ARCHIVIO".

LA *SEGRETARIA/ASSISTENTE* PUO', DUNQUE, ALLEGGERIRE DI MOLTO I NUMEROSI COMPITI DEL DIRETTORE SVOLGENDO IL SUO LAVORO IN MANIERA EFFICIENTE E ORGANIZZATA. OGGI SI PARLA SEMPRE PIU' DI **MANAGER ASSISTANT** E LA SUA **ASSERTIVITA'** E' CONSIDERATA LA COMPETENZA FONDAMENTALE PER AFFRONTARE AL MEGLIO QUALSIASI TIPO DI SITUAZIONE. ESSERE *ASSERTIVI* NON SIGNIFICA SOPRAFFARE GLI ALTRI, MA CONSERVARE UNA POSIZIONE FERMA, E DI CONSEGUENZA MANTENERE UN MAGGIORE CONTROLLO DELLE RESPONSABILITA', CON PRECISO RIFERIMENTO AL PROPRIO RUOLO E ALLE ATTESE ORGANIZZATIVE CHE LO COINVOLGONO. L'EFFETTO DELL'*ASSERTIVITA'* BEN GESTITA NON E' UN'IMMAGINE DI PREPOTENZA MA DI PERSONA DI RISPETTO E DI QUALITA'. IN SOSTANZA, ESSERE *ASSERTIVI* NON E' UNA QUESTIONE CHE RIGUARDA SOLO LA *SEGRETARIA/ASSISTENTE* MA, SOPRATTUTTO, L'*AUTORITA'* DEL DIRETTORE/RESPONSABILE. INFATTI, L'*ASSERTIVITA'* HA UN IMPATTO POSITIVO PRINCIPALMENTE SUL LAVORO DEL CAPO, DAL MOMENTO CHE CON TALE COMPETENZA L'ASSISTENTE E' IN GRADO DI RISOLVERE I PROBLEMI FASTIDIOSI E FORNIRE UN CONTRIBUTO MAGGIORE ALLA GESTIONE QUOTIDIANA DELL'UFFICIO. NON SI PUO' TRASCURARE, POI, CHE L'UTILIZZO DEL **TELEFONO** PER L'ASSISTENTE DEL DIRETTORE E' UN'ATTIVITA' PREZIOSA, CHE VA CURATA CON PRECISIONE E *SAVOIR FAIRE* (FUNZIONE FILTRO, TATTICHE, TECNICHE, APPROCCIO, TONO, PRESENTAZIONE, ECC ) E CHE COMPORTA UN NOTEVOLE DISPENDIO DI TEMPO E DI ENERGIA. COMUNQUE, E' BASILARE RENDERE EFFICACE IL CONTATTO TELEFONICO

#### **ABBREVIANDO LA DURATA DELLE TELEFONATE:**

#### **TUTTI HANNO IL DIRITTO**

#### **DI TROVARE IL TELEFONO DELLA DIREZIONE "SEMPRE" LIBERO.**

E, POI, QUANDO SI E' CARICATE DI LAVORO PIU' DI QUANTO SI E' IN GRADO DI GESTIRNE (FUNZIONE "PARAFULMINE") SI E' IN UNA CONDIZIONE CHE COMPORTA STRESS E RIDUZIONE DELLA PRODUTTIVITA'. E ALLORA, OCCORRE ESSERE CAPACI DI DIRE "NO!", SENZA IRRITARE L'INTERLOCUTORE, AL LAVORO ECCESSIVO UTILIZZANDO LA PROPRIA AUTOREVOLEZZA PER LIBERARSI DAI PERDITEMPO E DEFINENDO/AFFRONTANDO LE VERE PRIORITA'. CIO' FA SI' CHE NON SOLO SI POSSA DARE QUANTO VIENE RICHIESTO MA CHE SI POSSANO RAGGIUNGERE OBIETTIVI PERSINO SUPERIORI.

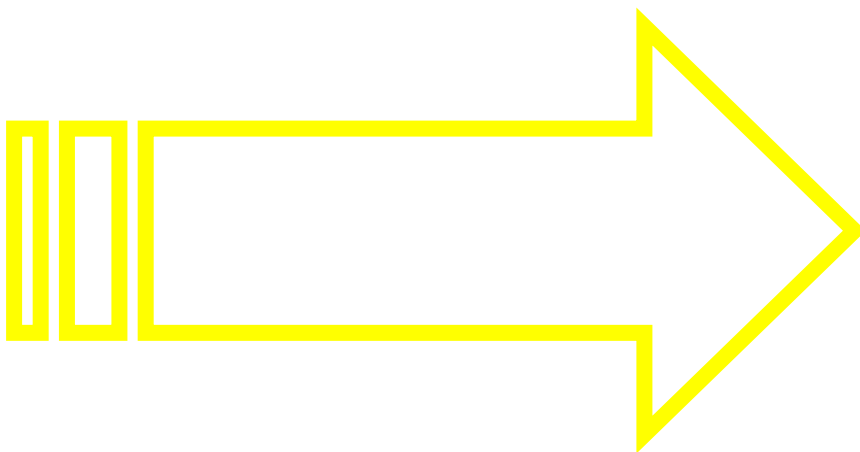
INOLTRE, LE CRESCENTI COMPLESSITA' IMPRENDITORIALI E LA *GLOBALIZZAZIONE* DEI MERCATI, RICHIEDONO ANCHE AL *SEGRETARIATO* UN'EVLUTA PROFESSIONALITA'. CI SI ASPETTA, PERTANTO, LA CONOSCENZA DELLE NUOVE TECNOLOGIE DI COMUNICAZIONE MA ANCHE CHE CI SI SAPPIA COMPORTARE E PARLARE COL PUBBLICO INTERNAZIONALE CON DISINVOLTURA (LA CONOSCENZA DELLE LINGUE E', OVVIAMENTE, DOTE PRIORITARIA. . . . ) >>.



3193 ) << . . . MEGLIO DIMORARE SULLO SPIGOLO DEL TETTO CHE AVERE A CHE FARE CON UNA DONNA RISSOSA. . . . >>.

**BRAINSTORMING**

**CONTINUA**



**B8b**