

## La vera crescita o decrescita serena Imprenditoria, leadership e management oggi

*"La decrescita non è la crescita negativa. Sarebbe meglio parlare di "acrescita", così come si parla di ateismo. D'altra parte, si tratta proprio dell'abbandono di una fede o di una religione (quella dell'economia, del progresso e dello sviluppo). Se è ormai riconosciuto che il perseguimento indefinito della crescita è incompatibile con un pianeta finito, le conseguenze (produrre meno e consumare meno) sono invece ben lungi dall'essere accettate. Ma se non vi sarà un'inversione di rotta, ci attende una catastrofe ecologica e umana. Siamo ancora in tempo per immaginare, serenamente, un sistema basato su un'altra logica: quella di una "società di decrescita".*  
(Serge Latouche)

È passato un po' di tempo ormai da quei giorni in cui una parola, "subprime", perlopiù sconosciuta ai comuni mortali, è diventata sinonimo di crisi, sfiducia, pessimismo, causa di tutti i guai del mondo occidentale e non. Questo aggettivo, riferito ad una categoria di mutui immobiliari, sembra sia stata la causa scatenante di una crisi finanziaria ed economica mondiale senza precedenti; ha messo in ginocchio il mondo, alimentato una tragica recessione con un impatto devastante sulle persone e sulla loro qualità della vita.

La crisi è iniziata approssimativamente nella seconda metà del 2006 quando cominciò a sgonfiarsi la bolla immobiliare statunitense e, contemporaneamente, molti possessori di mutui subprime divennero insolventi a causa del rialzo dei tassi di interesse.

La crisi diventa palpabile nel febbraio-marzo 2007 e nel settembre-ottobre 2008, bimestre in cui scompaiono le banche d'affari più note: il 15 settembre 2008 Lehman Brothers dichiara la bancarotta invocando il charter 11, il 22 settembre Goldman Sachs e Morgan Stanley diventano banche normali. Tutti gli indici borsistici mondiali flettono in maniera consistente, arrivando mediamente sui livelli della fine del XX secolo.

Ce n'è abbastanza  
per le necessità di tutti  
ma non per l'avidità di ciascuno.

Ghandi



## La vera crescita o decrescita serena



Tutti questi avvenimenti di macroeconomia e finanza, si ripercuotono negativamente sulle piccole e medie aziende, sulle botteghe degli artigiani, sui commercianti, sull'economia reale, sulla testa e nelle tasche dei risparmiatori e dei consumatori. Come un pugile andato KO sul ring, tutti siamo rimasti più o meno "suonati" dall'effetto di questa forza malefica, da questo tsunami che si è abbattuto sugli uomini del pianeta!

Anche la maggior parte della classe imprenditoriale sembra non essersi ancora riavuta da questa onda

meta: la crescita, diventare grandi, a qualsiasi costo.

Qualsiasi organizzazione "profit", aveva l'obiettivo di progredire incrementando prodotti, vendite e profitti. Gli indicatori dello sviluppo erano sempre di tipo quantitativo ed ogni azione volta ad incentivare e motivare le persone prendeva a riferimento l'incremento, l'espansione sui mercati e l'aumento fine a se stesso (non a caso, ancora oggi il principale indicatore di uno stato è il PIL, il Prodotto Interno Lordo, cioè il FATTURATO).

Crescere a tutti i costi, produrre di

dal miraggio del guadagno facile e della crescita esponenziale, nessuno si è chiesto fino a quando potesse durare, se il sistema avrebbe retto ancora a lungo, se tutto ciò fosse sostenibile.

Per essere coerenti con la strategia dei volumi, la maggior parte delle imprese hanno poi privilegiato investimenti in macchine ed impianti (non pensanti) che fossero in grado di produrre sempre di più, con meno manodopera (teste pensanti) senza curarsi della "crescita delle persone".

Esiste una sostanziale differenza tra

tative, sentiamo il bisogno di emozioni forti e profonde, abbiamo necessità di vivere passioni, amori, relazioni.

Ecco, dunque, che la crisi, anche se viene da lontano, è dentro di noi, l'abbiamo fatta nostra, perché non siamo capaci di reagire; non possiamo decidere di cambiare gli avvenimenti, possiamo solo stabilire come reagire.

Per venire fuori bisogna cambiare il paradigma, mettersi in discussione e spostare il punto di vista.

Una nuova leadership, che guarda alla vera crescita, sarà quella che



d'urto, o per lo meno pare che ancora non sia stata capace di reagire a questa situazione.

Troppo spesso si sente nelle nostre organizzazioni, nelle nostre imprese, la frase fatidica... c'è la crisi, non è colpa nostra, con questa situazione presto si chiude!

La maggior parte degli imprenditori, era impreparata ad eventi così devastanti; dal dopoguerra in poi la cultura industriale era fondata su di un imperativo dominante: CRESCERE. Tutta la società civile, istituzioni, scuole, imprese, ma anche famiglie e individui, tutti noi avevamo una

più, a volte senza chiederci e sapere per quanto e fino a quando.

I fattori "hard" dello sviluppo, le cose tangibili, dettavano legge.

Ogni azione dell'imprenditore e dei manager era finalizzata a creare ricchezza e profitto, a qualsiasi costo, anche ricorrendo alla cosiddetta "finanza creativa", sull'economia speculativa, irreali, volatili, un sistema economico, quindi, non più fondato sul lavoro, sulla manifattura, sul sacrificio, creatività, passione, coraggio, sull'economia reale appunto.

In questa euforia generale, accecati

la tecnologia e le persone: la tecnologia più passa il tempo e più diventa obsoleta, le persone più invecchiano e più crescono, acquisiscono conoscenze e competenze.

"La tecnologia di cui dobbiamo essere più fieri, è quella che la sera torna a casa".

Ora stiamo vivendo in un mondo che è saturo, pieno di prodotti, cose a volte inutili, di bassa qualità; abbiamo scoperto, improvvisamente, che abbiamo bisogno di poche cose, ma vere, belle, buone, utili, che piacciono.

Abbiamo cambiato i gusti, le aspet-

saprà allineare le persone, che entrerà nel cuore e nelle menti dell'individuo; quella che curerà la crescita morale degli uomini e delle donne; quella leadership che guiderà le creature alla scoperta del proprio essere, dei valori e principi di vita, quali: il Lavoro, l'Amicizia, la Qualità della vita. "Il Lavoro come ricerca delle proprie qualità; il Lavoro come interrogazione dell'umana possibilità di creare più vita, di creare futuro; il Lavoro come terapia contro lo smarrimento, energia che diventa sentimento del progettare e condividere, dell'espri-

mersi ed esprimere; Spirito di geometria che collega le linee del riposo e dell'azione, della conoscenza e dell'immaginazione. Il lavoro come dovere, ma anche come radice di un morale piacere". (Raffaele Grovi)

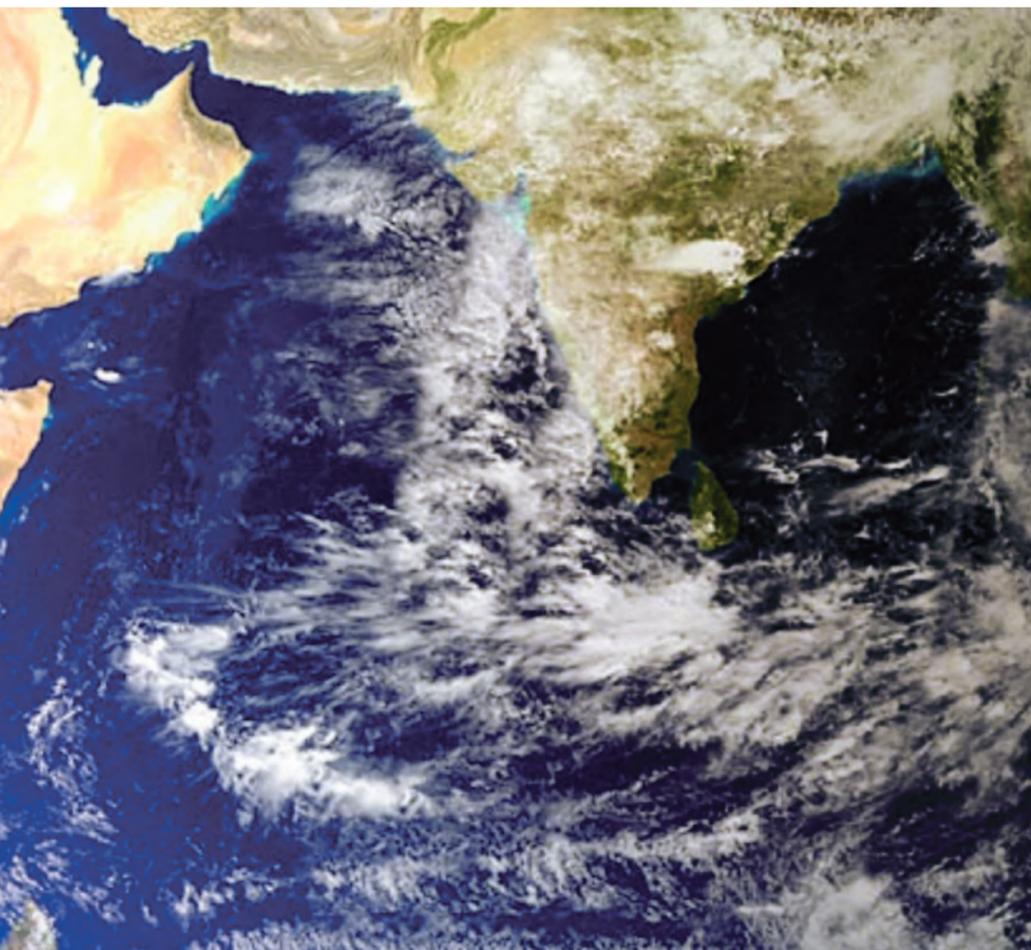
L'Amicizia, ovvero, spirito di servizio incondizionato verso il prossimo, rispetto ed ammirazione verso le idee, l'intelligenza e le capacità degli altri.

Qualità della vita. Positività ed Entusiasmo come modo di vivere il lavoro, le amicizie, la famiglia, la cultura, il tempo libero. Gusto, pas-

creare e produrre prodotti e servizi nuovi, che prediligono la qualità e vadano a "entusiasmare" e "gratificare" i bisogni veri dei clienti.

È sbagliato stare ibernati, senza reagire, magari tentando tagli incondizionati, aspettando la fine della tempesta.

Occorre reagire, dunque, cercando di capire che il futuro è ignoto, ma prendendo decisioni difficili su quello che va cambiato profondamente nelle organizzazioni. La nuova leadership è anche quella che crea, a sua volta, una cultura di leadership nell'intera organizzazione.



sione e condivisione per il bello, nell'arte, nella società civile, nella tradizione, nella cultura, nel cibo, nel rispetto dell'individuo, nell'apprezzamento per i successi degli altri ed in tutto ciò che può suscitare le emozioni ed il sorriso. Qualità del buon vivere inteso anche come appagamento dei bisogni immateriali e bene dello spirito.

La nuova Leadership per la vera crescita, sarà quella che sarà capace di mobilitare le persone per affrontare problemi complessi, infatti la sfida delle aziende è utilizzare la recessione come un'opportunità, per

Per superare la crisi dobbiamo lanciare la sfida del "cambiamento" e di un "adattamento" che richiede alle persone di cambiare la loro lealtà, i loro credo, i loro valori e i comportamenti radicati.

Aiutare le persone ad attraversare il dolore del cambiamento è un lavoro difficile, ma questa è vera leadership.

Se si uscirà dalla crisi, verso una vera crescita, sarà ancora una volta grazie all'uomo, grazie a noi stessi.

**Tonino Dominici**  
 Amministratore Delegato Boxmarche

## Qui si vive bene



Il benessere della società viene generalmente equiparato alla ricchezza prodotta dalla stessa. In altri termini, si considera unicamente la crescita economica, che viene misurata come crescita dei beni materiali e immateriali che un sistema economico e produttivo mette a disposizione di una popolazione nel corso di un anno e si parla quindi di Prodotto Interno Lordo (PIL). Tale visione del benessere della società è tipica di una cultura consumistica. Tale indice individua quindi unicamente lo stato di salute dell'economia della società in esame e risulta pertanto riduttivo.

Recentemente si è compresa la necessità di allargare il concetto di benessere e molti studi e rapporti pubblicati negli ultimi tempi, a riguardo, hanno evidenziato l'esistenza di altri fattori da considerare quando si cerca di capire quanto i cittadini di una nazione si sentano felici o soddisfatti delle proprie vite. Un buon indice di misurazione deve prendere in considerazione anche la sostenibilità in quanto il benessere economico di una nazione deve necessariamente considerare, oltre alla ricchezza prodotta, l'esaurimento delle risorse naturali e il degrado ambientale. Si parla quindi di Decrescita, concetto che sta ad indicare come ad una società consumistica in genere sia associata una perdita di capitale naturale.

La consapevolezza dell'impossibilità di una crescita economica materiale e quantitativa infinita in un ambiente finito, si è infatti fatta spazio in ogni ambito (economico, accademico e politico): "La crescita economica, non è sostenibile per l'ecosistema della terra". Inoltre, da tempo, i paesi ricchi, che rappresentano solo il 10% della popolazione mondiale, per garantire la propria crescita economica consumano circa il 90% delle risorse globali. Tale crescita, oltre che ingiusta, è anche insostenibile andando a compromettere il soddisfacimento dei bisogni delle generazioni future.

Tale consapevolezza porta necessariamente ad un cambiamento degli stili di vita verso stili maggiormente rispettosi dell'ambiente, ad un consumo consapevole delle risorse, al risparmio energetico, alla riduzione dei consumi superflui, più beni a filiera corta e il riciclo integrato dei rifiuti. Il concetto di decrescita può essere facilmente spiegato con un esempio: "Percorrendo un tragitto in automobile si consuma una certa quantità della merce-carburante. Quindi si contribuisce alla crescita del prodotto interno lordo (PIL).

Se per percorrere lo stesso tragitto si trovano intasamenti e si sta in coda, il consumo della merce-carburante cresce; di conseguenza, il prodotto interno lordo cresce di più. Ma occorre più tempo per arrivare dove si vuole arrivare, aumentano i disagi e la fatica del viaggio, aumentano le emissioni di anidride carbonica e di inquinanti in atmosfera, i costi individuali e collettivi, ambientali e sociali. Se poi, in conseguenza della maggiore stanchezza e dei maggiori rischi derivanti dagli intasamenti, si verificano incidenti, la riparazione o la sostituzione delle automobili incidentate e i ricoveri ospedalieri fanno crescere ulteriormente il prodotto interno lordo." Difficile smentire tale esempio e allo stesso tempo emerge chiaramente ed in maniera sconcertante quanto sia impossibile condividere una linea di comportamento che abbia come unico obiettivo la crescita del PIL.

È un paradosso della crescita di benessere economico in contrapposizione e totalmente opposto alla sostenibilità ambientale. Tuttavia la statistica impone di sintetizzare tutti i parametri della società con numeri di veloce e facile comprensione. Ma appare ormai chiara l'impossibilità di ridurre ogni cosa ad un unico numero, il PIL. Non si tratta di individuare un nuovo maxi-indicatore, ma di considerare tutta una serie di parametri che prendano in esame ambiti della vita quotidiana dei singoli e delle comunità.

Ultimamente anche il Sole 24 Ore, ha tentato di cambiare prospettiva ed oltre alla solita classifica del PIL, ha proposto quella del BIL, il Benessere Interno Lordo. Tale nuovo rilevatore di benessere si compone di otto indicatori: condizioni di vita materiali, salute, istruzione, attività personali, partecipazione alla vita politica, rapporti sociali, ambiente e sicurezza economica e fisica. Nella classifica del BIL, stilata dal noto quotidiano di economia e finanza, le cinque province marchigiane sono posizionate nei primi dieci posti, tra queste primeggia quella di Pesaro Urbino. Per la Regione Marche tale classifica è oggetto di vanto; risultanza di un'ottima gestione del territorio, di notevole sensibilità alle tematiche ambientali, dell'adozione di soluzioni eco sostenibili, che emerge anche dall'aumento della popolazione residente nella regione e che individua nel territorio marchigiano un territorio dove "si vive bene".

**Gianluca Carrabs**  
 Assessore Regionale delle Marche alla tutela del territorio



## La favola delle api non ci rende felici

La celebre Favola delle Api (1714) di Bernard de Mandeville - il cui sottotitolo "vizi privati e pubbliche virtù" descrive il messaggio centrale dell'autore - racconta la triste storia di un alveare di api egoiste che, grazie alla loro avarizia e disonestà, vivevano nell'abbondanza e nel benessere. Ad un certo punto le api decidono di diventare oneste, altruiste e virtuose ma in breve tempo l'alveare precipita in miseria.

La morale della favola mandevilliana rinuncia al valore delle socialità umana (delle virtù civili), della capacità di relazione e considera l'uomo "isolato". Tale filosofia ben si confronta con il pensiero economico contemporaneo dove l'homo oeconomicus è egoista, con comportamenti auto-interessati, pieno di vizi privati e privo di virtù civili. Questo è l'uomo che agisce nel modello economico dominante che è di tipo utilitaristico-individualista, basato sulla massimizzazione delle utilità personali e sulla capacità del mercato di creare benessere sociale. Tale modello, pur raggiungendo considerevoli livelli di crescita economica, ha fallito in altri ambiti di sviluppo, in quanto si sono innescate logiche perverse e ha diffuso una cultura popolare dell'efficienza come giudizio di giustificazione della realtà economica.

L'avidità di produrre e consumare sempre di più ed in tempi sempre più brevi si è legittimata a virtù sociale, trasformando il mercato da free-market (mercato libero) a greed market (mercato avido) senza riuscire a garantire benessere sociale. Tutto questo è accaduto perché l'utilità è la proprietà della relazione tra "l'essere umano e la cosa" mentre la felicità (il benessere) è la proprietà della relazione tra "la persona e la persona". Il tradimento dell'utilitarismo sta tutto qui: nel far credere che per essere felici sia sufficiente aumentare l'utilità soggettiva, ovvero il consumo sconsiderato dei beni e servizi.

La crisi finanziaria americana, che ha contagiato in brevissimo tempo tutto il mondo, non è di tipo congiunturale o regionale, ma ha origini più profonde: è la crisi di un sistema economico, finanziario e sociale che non è più in grado di far star bene l'uomo. Viviamo in una società globale dell'urgenza, che ci obbliga a vivere il tempo in fretta ma che si trova di fronte a situazioni irrazionali:

1. il paradosso dell'opulenza: all'aumento della ricchezza complessiva si accompagna un aumento delle disuguaglianze;
2. il paradosso della felicità: all'aumento dei redditi medi si associa una diminuzione dell'indice di felicità.

Una via d'uscita all'attuale dibattito sui paradossi della società moderna è incentrata sul concetto di bene relazionale e sul mercato come istituzione umanizzante. Questa la proposta di un team di economisti civili (il prof. Stefano Zamagni tra i fondatori) i quali riprendono il periodo storico dell'Umanesimo civile (prima metà del Quattrocento) per studiare le origini di quell'ordine sociale che è l'economia di mercato.

Da queste ricerche si è visto che il mercato era regolato da tre principi: quello dello scambio di equivalenti (efficienza), quello redistributivo (equità) e quello della reciprocità (relazionalità). La moderna economia di mercato ha completamente perso la reciprocità, ha dele-

gato allo Stato la redistribuzione e ha sostenuto esclusivamente il principio di efficienza. L'inserimento dei tre principi in un sistema economico capitalistico è indispensabile per riappropriarsi di un mercato "civile" che sia al servizio della persona e della società.

Se è vero che le api di Mandeville avevano raggiunto un alveare opulento con il solo perseguimento dell'interesse personale, forse avevano deciso di cambiare perché, con la sola logica egoistica, non riuscivano a raggiungere la felicità (intesa come benessere - eudaimonia e cioè, in senso aristotelico, la vita realizzata, degna di essere vissuta).

Il benessere della persona dipende dal soddisfacimento di bisogni materiali ma anche da quello di bisogni relazionali.

La nostra economia è una macchina straordinariamente efficiente nella soddisfazione dei bisogni materiali ma non altrettanto per i bisogni relazionali.

Questo perché i bisogni relazionali non possono essere soddisfatti con beni materiali o beni pubblici quale ne sia il volume e la qualità, ma richiedono beni relazionali. Tali sono i beni dove la relazione di reciprocità è fondativa. È la relazione interpersonale in sé che costituisce il valore economico, dove la motivazione che muove due o più soggetti è essenziale per poter trarre utilità dal bene e dove l'interesse di ognuno si realizza insieme e non contro quello degli altri.

L'attuale crisi economica era dunque inevitabile e la causa da cui si è scatenata neanche necessaria, in quanto comunque saremmo arrivati ad una situazione di decrescita.

La nuova sfida economica è oggi quella di pensare ad uno sviluppo "diverso", in cui diminuisce o comunque si mantiene costante la produzione di beni posizionali (le merci) per un accrescimento dei beni relazionali (capitale relazionale).

Ciò implica un'urgente operazione culturale per rifondare una nuova etica economica, capace di rimettere i bisogni della persona al centro dello sviluppo, di diffondere nella società virtù civiche, di formare persone libere di discernere e di agire per ciò che è personalmente utile ma, al tempo stesso, socialmente desiderabile.

### Michela Sopranzi

Riferimenti bibliografici:  
S. Zamagni, *L'economia del bene comune*, Città Nuova, Roma 2007

S. Zamagni, *Avarizia. La passione dell'aver i 7 vizi capitali*, il Mulino, Bologna 2009

S. Zamagni L. Bruni *Economia Il Mulino*, Bologna 2004

L. Bruni, *L'impresa Civile*, Egea, Milano 2009

A.K. Sen, *Etica ed Economia*, Laterza 2006

# snaidero

## CUCINE PER LA VITA

Next  
idee & packaging  
DICEMBRE 2009

### Tempi di crisi e opportunità La visione Snaidero



C'è crisi.

Tempi di turbolenze e incertezza, cambiamenti e transizioni, si legge e si ascolta dappertutto che il mercato è in crisi. Abitiamo un mondo caratterizzato da continui mutamenti ed incertezze, dove le aziende sono sempre più impegnate a ri-pensare e a ri-disegnare la propria cultura e le proprie azioni.

Certo, la situazione è difficile. Ma sono convinto che, nonostante la dura realtà del momento storico che stiamo attraversando, ogni azienda solida, con una storia, una tradizione, dei valori che ne abbiano accompagnato la crescita e l'evoluzione, deve poter cogliere l'occasione del cambiamento per innescare al proprio interno quei meccanismi di dialogo con il mercato e messa in discussione del proprio "modo" di approcciare a quest'ultimo, che siano in grado di ripristinare quella sintonia in qualche modo venuta meno. Del resto la parola crisi deriva dal greco krinein che significa 'decidere, giudicare'. È un'occasione per scegliere, una potenziale opportunità di cambiamento.

La nostra recente esperienza con la cucina Orange, da qualche settimana lanciata sul mercato come risposta a questo delicato momento storico, è nata proprio da una messa in discussione di tutti i processi aziendali interni, a tutti i livelli, dall'analisi del consumatore e dell'evolvere dei suoi bisogni sino alle modalità di consegna e montaggio della cucina presso il domicilio del cliente. Dall'industrializzazione del progetto sino alla comunicazione finale.

Personalmente, già questa esperienza di sviluppo prodotto, nuova rispetto al passato, è di per sé un successo per diverse ragioni.

In primo luogo ha contribuito a rafforzare i rapporti tra le persone, dando nuovo vigore alla squadra interna.

La differenza tra una squadra ed un gruppo riguarda, a mio parere, la fiducia tra i membri. La fiducia rende possibile una comunicazione aperta tra tutti, in modo che si possa imparare reciprocamente e ci sia un senso diffuso di condivisione degli obiettivi. Questo ha permesso di valorizzare le differenze e i contributi individuali, la vera ricchezza di un'azienda.

In secondo luogo l'esperienza Orange ha contribuito a "fare clima". Il clima determina la lealtà, i comportamenti.

Le persone percepiscono che vale la pena fare squadra. Genera coinvolgimento e spirito di gruppo: valori questi che purtroppo nei momenti difficili sono i primi a logorarsi, creando tensioni e fratture nelle relazioni da cui difficilmente nascono idee e slanci positivi.

Ma soprattutto ha contribuito a proiettare una visione chiara e condivisa della direzione da seguire, grazie ad un clima aperto e costruttivo in grado di facilitare la ricerca delle soluzioni, mobilitando in ogni persona tutta l'energia che può esprimere.

Sono convinto che in un tempo in cui l'unica certezza è il cambiamento, la vita di un'azienda non è più determinata solamente dall'ambiente in cui opera o dalle "proprie abitudini": la differenza che fa la differenza è la spinta evolutiva che riesce a realizzare, la vitalità dei propri progetti, l'entusiasmo dei propri uomini.

Ing. **Edi Snaidero**

Presidente e Amministratore Delegato Snaidero Cucine SpA





## Movimento decrescita felice

Singole persone, associazioni, imprenditori e professionisti impegnati in aziende che lavorano e creano occupazione proponendo prodotti e tecnologie che consentono una drastica riduzione dei consumi. Sono loro i protagonisti del movimento per la decrescita felice. Un movimento che si propone l'elogio dell'ozio secondo l'accezione latina di riflessione intellettuale; della lentezza e della durata; il rispetto per il passato; la consapevo-

lezza che non c'è progresso senza conservazione; l'indifferenza alle mode e all'effimero; il non identificare il nuovo col meglio e il vecchio per il sorpassato; la conservazione con le chiusure mentali; il non chiamare consumatori gli acquirenti perché lo scopo di acquistare non è il consumo ma l'uso; il distinguere la qualità dalla quantità. Sono questi alcuni degli obiettivi che si propone il movimento che ha, quale scopo ultimo, quello di

un mondo in cui l'economia sia ricollocata nel suo ruolo di gestione della casa comune, in modo che tutte le speci viventi possano viverci al meglio. I temi posti al centro della riflessione del movimento sono tornati alla ribalta in questi mesi di crisi economica planetaria che ha mostrato tutta la fragilità del sistema basato sui consumi. Quando non c'è crescita c'è più disoccupazione, ci sono meno risorse per istruzione, cultura, ambiente, salute. E tuttavia l'idea di crescita, così come immaginata dall'economia del sistema, rischia di portare alla distruzione del pianeta.

Ancora di recente Maurizio Pallante, leader del movimento per la decrescita, in un'intervista ad un giornale, affermava che il sistema consumistico si fonda sulla pubblicità, il credito e l'obsolescenza programmata dei beni. Pallante afferma: "La pubblicità crea il desiderio di consumare, rende perennemente insoddisfatti di ciò che abbiamo; porta all'infelicità perché dobbiamo essere infelici in modo da desiderare sempre qualcosa da comperare. Ma per farlo servono sempre più soldi e ci indebitiamo. Ed ecco che il credito fornisce i mezzi per consumare. Infine c'è l'obsolescenza programmata: siamo costretti a consumare, perché i nostri oggetti si rompono molto più di prima e riparare costa più che comperare oggetti nuovi, i quali costano poco perché sono prodotti con lavoro pagato poco. Da questo quadro, così come delineato, ne consegue che "la crescita negativa è buona cosa: c'è meno distruzione ambientale, meno effetto serra, si bruciano meno risorse, meno petrolio. Anche lavorare meno può avere il suo lato positivo, c'è più tempo per fare cose che normalmente non si fanno. Non c'è niente di peggiore di una società laburista senza lavoro, ugualmente non c'è niente di peggiore di una società di crescita senza crescita". Si deve uscire da questa strada senza sbocco ed è possibile immaginare una società di crescita dove si viva con una sobrietà tale da non impedire la gioia di vivere e la felicità.

Ecco dunque l'obiettivo del movimento della decrescita che ha aggiunto l'aggettivo felice. Esso intende proporre un'economia sostenibile, una crescita che sia compatibile con il miglioramento dell'aria, dell'acqua, del modo di vivere; con meno stress, meno malattie generate dall'inquinamento.

Questo non solo è possibile, ma necessario perché non va dimenticato che viviamo in un mondo finito, incompatibile con una crescita che si vorrebbe infinita.

Eros Gregorini

## Cambiare il mondo o giocare a freccette?

Durante i lunghi pomeriggi in redazione, ogni tanto, capita anche che ci venga voglia di cambiare il mondo. O di giocare a freccette. Dipende dalla giornata. Perché a volte, magicamente, alle tre del pomeriggio, la scaletta della puntata è già pronta. La scaletta è l'elenco, in successione, degli argomenti che tratteremo nel programma. Le telefonate, un servizio dell'inviata, il dibattito, una corrispondente dalla Francia. Grosso modo abbiamo bisogno ogni giorno di sei argomenti da affrontare, detti nel raffinato gergo redazionale "cose". Le sei "cose" vanno cercate: nei giornali di carta - ne abbiamo in mazzetta una decina, nazionali e locali -, nei giornali on line, nelle agenzie di stampa, su internet, nelle segnalazioni via email degli ascoltatori. Le notizie che possono diventare possibili "cose" vanno poi collettivamente vagliate e valutate durante una riunione detta "Il punto": le "cose" trovate dai raccoglitori vengono esaminate. Come quando si rovescia sul tavolo della cucina il cestello di funghi: questo sì, questo è vecchio, questo è vecchio e marcio, questo velenoso, questo bello fresco lo facciamo in antipasto, questo lo cucina l'inviata. Poi le "cose" vanno trovate: cercando il sindaco che ha chiesto il referendum, la signora che ha organizzato la protesta delle mamme, quello che è stato sfiorato da una palla di ghiaccio caduta dal cielo. A volte le "cose" scompaiono nel corso del pomeriggio: per dissoluzione interna, perché erano una bufala, perché quel parroco geniale si ostina a dire messa proprio quando siamo in onda e non c'è modo di convincerlo. Allora le "cose" perdute vanno rimpiazzate. Cercandone di nuove o frugando nel cestino degli scarti. Alle 14 la notizia viene scartata perché è una scemata, banale, indecorosa. Alle 18 meno dieci, dopo aver incassato una serie di rifiuti a raffica su altre notizie, quella stessa notizia, improvvisamente, subisce una mutazione. Diventa interessante, da sentire, perché rappresenta questo paese che cambia, assolutamente. Ma non sempre va così. A volte alle 17 è tutto quasi pronto. Allora parte il torneo di freccette. Poi ci accorgiamo che il muro è sbrecciato in un ampio raggio, decine di metri intorno al bersaglio. Ci sentiamo colpevoli verso Mamma Rai, verso il mondo e, se manca ancora una mezz'ora alla messa in onda e siamo già stati alla macchinetta, ci vien voglia di cambiarlo, il mondo. Di solito accade quando incrociamo notizie che hanno a che fare con l'energia. Negli ultimi anni, istruiti dagli insegnamenti di Maurizio Pallante, Gianni Tamino e Mario Palazzetti, ci siamo impegnati in una folle battaglia per il risparmio energetico: ci siamo convinti che la produzione di energia e l'utilizzo che se ne fa sia una delle questioni più importanti da affrontare per la salvaguardia del pianeta, o meglio, di noi che lo abitiamo. Sì, perché il globo terracqueo proseguirebbe tranquillamente la sua vita anche senza l'umanità, come ha già fatto in passato coi dinosauri e con tanti altri, mentre noi, estinguendoci la nostra specie, avremmo qualche problemino a continuare. Compreso Ardemagni con le sue (ridicole) speculazioni azionarie. Ecco quindi che ogni qual volta intravediamo la possibilità di rilanciare una scoperta che finalmente liberi l'uomo dalla schiavitù dei combustibili fossili e di tutto quello che ne consegue, ci eccitiamo. È un'eccitazione intellettuale, ovviamente, ma non nascondiamo un sottile brivido che ci percorre la schiena quando sentiamo di essere vicini alla soluzione che salverà il pianeta.

Tratto da un testo di Massimo Cirri e Filippo Soli-

bello



## Grazie, Randy!

Forse alcuni di voi avranno già sentito parlare di Randy Pausch, ma io l'ho scoperto solo alcuni mesi fa, poco prima dell'anniversario della sua morte. Era un professore universitario, chiamato insieme ad altri prestigiosi accademici a rispondere a questa domanda: "Quale massima provereste a comunicare al mondo se aveste un'ultima possibilità di farlo?". Purtroppo, per Pausch la richiesta si sarebbe dimostrata quanto mai reale: poco dopo i medici gli avrebbero diagnosticato un'aspettativa di vita di sei mesi per un cancro al pancreas metastazizzato. Randy tenne quest'ultima lezione ("The Last Lecture", appunto) sapendo di morire, ma lo fece con una gioia, un ottimismo e una vitalità sconcertanti per una persona nelle sue condizioni. La lezione s'intitola "Come realizzare i sogni della propria infanzia" e Pausch racconta quali sono stati i suoi sogni di bambino e come è riuscito a realizzarli. Queste sono alcune delle frasi più importanti tratte dal suo intervento:

\_"Quando sbagli chiedi scusa! Una buona scusa è formata da tre parti: "Mi dispiace"; "Era colpa mia", "Cosa posso fare per rimediare?" La maggior parte della gente salta la terza parte; è da questo che puoi capire chi è sincero".

\_"L'esperienza è ciò che ottieni quando non sei riuscito a ottenere ciò che volevi".

\_"Ogni ostacolo, ogni muro di mattoni, è lì per un motivo preciso. Non è lì per escluderci da qualcosa, ma per offrirci la possibilità di dimostrare in che misura ci teniamo. I muri di mattoni sono lì per fermare le persone che non hanno abbastanza voglia di superarlo. Sono lì per fermare gli altri".

\_"Quando fai qualcosa di sbagliato e nessuno si prende la briga di dirtelo, significa che è meglio cambiare aria. Chi ti critica lo fa perché ti ama e ti ha a cuore".

\_"Mi lamentavo con mia madre di quanto fosse difficile quell'esame all'università e di quanto fosse spaventoso. Lei si inclinò verso di me, mi diede un buffetto sulle spalle e mi disse: «Sappiamo bene come ti senti, tesoro, ma ricorda, tuo padre alla tua età combatteva contro i tedeschi»".

\_"Sto per morire e mi sto divertendo. E continuerò a divertirmi ogni giorno che ancora mi resta da vivere. Perché non c'è un altro modo per farlo".

\_"Non perdetevi mai la capacità di stupirsi tipica dei bambini. È troppo importante. È quella a spingerci ad andare avanti, ad aiutare gli altri".

\_"Ho una mia teoria sulle persone che provengono dalle famiglie numerose: sono persone migliori degli altri, perché hanno dovuto imparare come andare d'accordo con gli altri".

\_"Non si può arrivare in cima da soli. Qualcuno deve aiutarti. Io credo nel karma. Credo che si riceve ciò che si è dato".

\_"Non lamentatevi. Lavorate più duramente. Non cedete. L'oro migliore è quello che giace in fondo ai barili di merda".

\_"Se vivrete nel modo giusto, il karma si prenderà cura di voi. I sogni verranno da sé".

\_"La fortuna è quel momento in cui la preparazione incontra l'opportunità".

\_"La fortuna ce la creiamo da soli, chi più sa più vale".

A conclusione del suo discorso Randy ammette di aver fatto due "finte": il vero argomento non era "come raggiungere i sogni dell'infanzia" ma come vivere al meglio la propria vita e i reali destinatari della lezione non erano gli studenti, ma i suoi tre figli piccoli. Questo suo testamento morale ha avuto una grande attenzione mediatica (ci sono numerosi video su youtube a riguardo) non solo perché estremamente toccante, ma anche e soprattutto perché è un inno alla vita, alla gioia di vivere e all'amore per il prossimo.

Grazie per la lezione, Randy!

Davide Perini

Lentamente muore  
chi diventa schiavo dell'abitudine,  
ripetendo ogni giorno  
gli stessi percorsi,  
chi non cambia la marca,  
chi non rischia  
e cambia colore dei vestiti,  
chi non parla a chi non conosce.

Muore lentamente  
chi evita una passione,  
chi preferisce il nero su bianco  
e i puntini sulle "i"  
piuttosto che un insieme di emozioni,  
proprio quelle che fanno brillare gli occhi,  
quelle che fanno di uno sbadiglio un sorriso,  
quelle che fanno battere il cuore  
davanti all'errore e ai sentimenti.

Lentamente muore  
chi non capovolge il tavolo,  
chi è infelice sul lavoro,  
chi non rischia la certezza  
per l'incertezza, per inseguire un sogno,  
chi non si permette almeno  
una volta nella vita  
di fuggire ai consigli sensati.

Lentamente muore  
chi non viaggia, chi non legge,  
chi non ascolta musica,  
chi non trova grazia in se stesso.

Muore lentamente  
chi distrugge l'amor proprio,  
chi non si lascia aiutare;  
chi passa i giorni a lamentarsi  
della propria sfortuna  
o della pioggia incessante.

Lentamente muore  
chi abbandona un progetto prima di iniziarlo,  
chi non fa domande  
sugli argomenti che non conosce,  
chi non risponde  
quando gli chiedono qualcosa che conosce.

Evitiamo la morte a piccole dosi,  
ricordando sempre che essere vivo  
richiede uno sforzo  
di gran lunga maggiore  
del semplice fatto di respirare.  
Soltanto l'ardente pazienza  
porterà al raggiungimento  
di una splendida felicità.

P. Neruda

Next

idee & packaging

forNext

Per suggerimenti, idee, interventi scrivere a: [d.perini@boxmarche.it](mailto:d.perini@boxmarche.it)

Informativa breve ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003. Per inviarVi Next la BoxMarche, dispone del vostro nome, indirizzo, eventuale ruolo aziendale. I Vostri dati sono trattati con procedure idonee a garantirne la sicurezza e la riservatezza. L'invio rivista avviene tramite TECNOSTAMPA TIPO-LITO SRL di Ostra Vetere (AN). Nel caso in cui non vogliate più ricevere la rivista siete pregati di comunicarlo alla Box Marche S.p.A. L'informativa completa si trova sul sito [www.boxmarche.it](http://www.boxmarche.it) o rivolgendosi alla Box Marche S.p.A e-mail: [info@boxmarche.it](mailto:info@boxmarche.it), tel. 071797891.

  
**BOXMARCHE**<sup>®</sup>  
idee & packaging

**12 dicembre 2008**

**Coqus Fornacis**

Serra De' Conti - ore 21

**Cena aziendale di solidarietà**



Parrocchia Cattolica  
di Šabac

*Buone Feste*  
2009 \* 2010



Un ponte con la Serbia

1 9 6 9  
2 0 0 9

**quarant'anni sulla scena**

  
**BOXMARCHE**<sup>®</sup>  
idee & packaging

