

di/by Giorgio Triani

COSTUME

Formazione... con metafora

LIVING

Training... with metaphors

“Radersi più in fretta per avere più tempo per progettare un apparecchio che rada ancora più in fretta”. E’ una delle metafore ‘da bagno’ usate nell’ultimo libro di Serge Latouche **‘Il tempo della decrescita’** (Eleuthera, Milano, € 10,00).

Un autore e un termine “decrescita” che da qualche anno si sono guadagnati un posto importante all’interno del dibattito sui limiti dello sviluppo e sulla necessità di resettare l’intero sistema. Ossia un sistema di vita che letteralmente comincia a “fare acqua da tutte le parti”.

Nel senso che se “il fiume dell’economia è tracimato dagli argini e minaccia di travolgere ogni cosa”, dopo la Grande Depressione del 2008-2009, i cui esiti si sentono ancora, i disastri ambientali che stanno sconvolgendo il pianeta sembrano avere ormai carattere sistemico.

Ovviamente il dibattito sulla “frugalità felice”, che punta sulla vicinanza e lentezza dei processi di produzione e consumo, sulla riduzione dei tempi di lavoro (dal fatto a mano al locale, dallo slow food al km zero e rifiuti zero) è aperto. E riguarda anche gli usi domestici, le pratiche e i prodotti igienici. Insomma entra anche in cucina e soprattutto in bagno, che sono i luoghi per eccellenza di un consumo idrico, oltre che di prodotti, che hanno importanti ricadute sull’ambiente, in termini di inquinamento, e che dovranno presto fare i conti con regimi di scarsità idrica generalizzata. In questo senso, allora, la “decrescita” non è solo una sfida ma anche un’opportunità; un’occasione per ripensare sistemi di pensiero e metodologie operative, tecniche e

Saggezza e leggerezza senza tempo, nei due volumi usciti recentemente, che offrono una serie di metafore che hanno a che fare con acqua, bagno, pratiche corporali, rigenerazioni fisiche... per una visione positiva e felice del mondo.

Timeless wisdom and amusement, in two books that have recently been published, offering a series of metaphors that relate to water, the bathroom, body functions, physical regeneration... for a positive and amusing view of the world.

“Shaving ever more quickly to have more time to design a device that shaves ever more quickly”. This is one of the “bathroom” metaphors used in the latest book by Serge Latouche:

“Time of degrowth” (Eleuthera, Milan, € 10.00).

An author and a term - “degrowth” - which have for some years achieved an important place in the current debate on the limits of development and the need to reset the entire system. Or a system of life that is literally starting to “leak all over the place”.

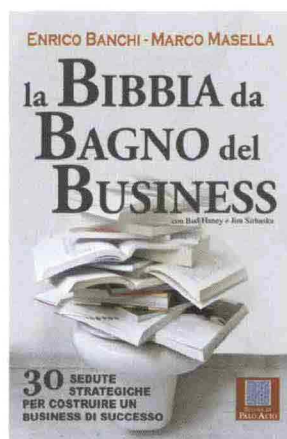
In the sense that with “the river of the economy bursting its banks and threatening to flood everything”, following the Great Depression of 2008-2009, and whose effects are still being felt, environmental disasters are also disrupting the planet now seem to have taken on a systemic character.

Obviously the debate about “happy frugality”, which focuses on the nearness and slowness of production and consumption processes, on a reduction in work times (from handmade to local, from slow food to zero km and zero waste) is well and truly open. And also concerns domestic activities as well as hygienic practices and products. In other words, if we go into the kitchen and, above all, the bathroom, these are locations par excellence for water consumption, as well as products, with an important impact on the environment, in terms of pollution, which will soon have to come to terms with general water scarcity. In this sense, then, “degrowth” is not just a challenge but also an opportunity; a chance to rethink operational methodologies and conception systems, management instruments and techniques. Certainly,



strumenti di management. Certo riformulati in chiave di sostenibilità e green economy, ma con la consapevolezza che le cose cominciano a cambiare quando cambia l'atteggiamento nei confronti di esse. E che quasi sempre sono le cose apparentemente più facili e persino banali quelle che più si nascondono e si oppongono a ogni cambiamento, soprattutto se radicale.

E qui si propone un altro libro, che sia pure su un registro completamente diverso, offre un interessante manuale di formazione manageriale, che entra e esce dalla stanza da bagno. Con una serie di metafore che ormai sono diventate quasi un luogo comune. Ossia che la "ritirata" è da sempre un luogo di pensieri; che il basso (corporale) viaggia di pari passo con l'alto (intellettuale); che le pratiche corporali oltre che muovere i visceri mettono in moto anche le idee; che le rigenerazioni fisiche sono il viatico di visioni positive e felici del mondo. **'La Bibbia da Bagno del Business'** (Edizioni Palo Alto, € 20,00) è infatti un titolo fuori dalle righe che gioca per un verso con l'alto, anzi altissimo, qual è "il libro dei libri", e per l'altro con le strategie di marketing e management spogliate d'ogni pretesa accademica e collocate su un piano di solitudine e celerità. Ovviamente anche il sottotitolo è in tema: '30 sedute strategiche per costruire un business di successo'. Ma gli svolgimenti, se sono serviti con scrittura veloce, contengono riflessioni che vengono ancorate stabilmente ai 'fondamentali'. Cioè alle regole codificate, ai principi che hanno fatto scuola e dottrina, al sistema di teorie e pratiche che ieri come oggi garantiscono il successo delle nuove sfide manageriali e imprenditoriali. Ma che negli ultimi tempi, soprattutto per effetto dell'accelerazione complessiva impressa da internet, sono state sovrastate da un 'nuovismo' spesso fine a se stesso e immemore del fatto che le 'buone idee' sono sempre attuali. Convenienti. Efficaci. Verificate. Semplicità e chiarezza di linguaggio sono dunque l'esito di un'esperienza quotidiana condotta con imprenditori e uomini d'azienda che chiedono idee innovative, ma praticabili, concrete. Le '30 sedute' sono infatti altrettante ricognizioni su 'temi & strategie' fondamentali per ogni business: da Comunicazione e Customer care a Lifetime value e Motivazione, da Opportunità e Prospecting a Talenti e Vendita. Insomma un manuale classico, che però offre concrete soluzioni di business, ognuna d'esse segnalata da citazioni 'da bagno'. Ossia saggezza e leggerezza senza tempo.



*reformulated in terms of sensitivity and a green economy, but with an awareness that things start to change when our attitude to them starts to change. And that almost always it is the things that are apparently the simplest and even most banal that are precisely the ones that resist and oppose change, especially radical change. And here we can mention another book, completely different in style and tone: an interesting management training manual, which enters and exits the bathroom. With a series of metaphors that have now become almost commonplace. In other words, the "loo" has always been a place for thinking; with the lower (corporal) travelling at the same speed as the higher (intellectual) faculties; body functions, in addition to moving the bowels, also set ideas in motion; with physical regeneration as a seal of approval for positive and happy visions of the world. **'The Bathroom Bible of Business'** (Edizioni Palo Alto, € 20.00) is an unusual book that plays on the one hand with higher i.e. the highest things, as in the case of "the book of books", and, on the other, with marketing and management strategies stripped of any academic pretensions and explored in a context of solitude and speed. Obviously the subtitle too is relevant: '30 strategic sessions for constructing a successful business. But the contents, if they indicate a certain speed in the writing, also contain reflections that are securely anchored to the 'basics. In other words, to codified rules, principles that have been tried and tested, a system of theories and practices which yesterday, like today, guarantee success when dealing with new managerial and entrepreneurial challenges. Wisdom which, in recent times, especially due to the overall acceleration generated by internet, has been overtaken by an excessive 'love of the new', a love that has often become an end in itself, forgetting the fact that 'good ideas' are always modern and relevant. Profitable. Effective. Tried and tested. Simplicity and clarity of language are therefore the result of everyday experience alongside entrepreneurs and businessmen who are looking for innovative ideas, but ideas which are also practical, concrete. The '30 sessions' are matched by observations on fundamental "themes & strategies" for each business: from Communication and Customer Care to Lifetime Value and Motivation, from Opportunities and Prospecting to Talents and Selling. In other words, a classic manual, which offers concrete business solutions, each of them marked by 'bathroom' citations i.e. timeless wisdom and amusement. And therefore more than ever relevant for the modern world.*