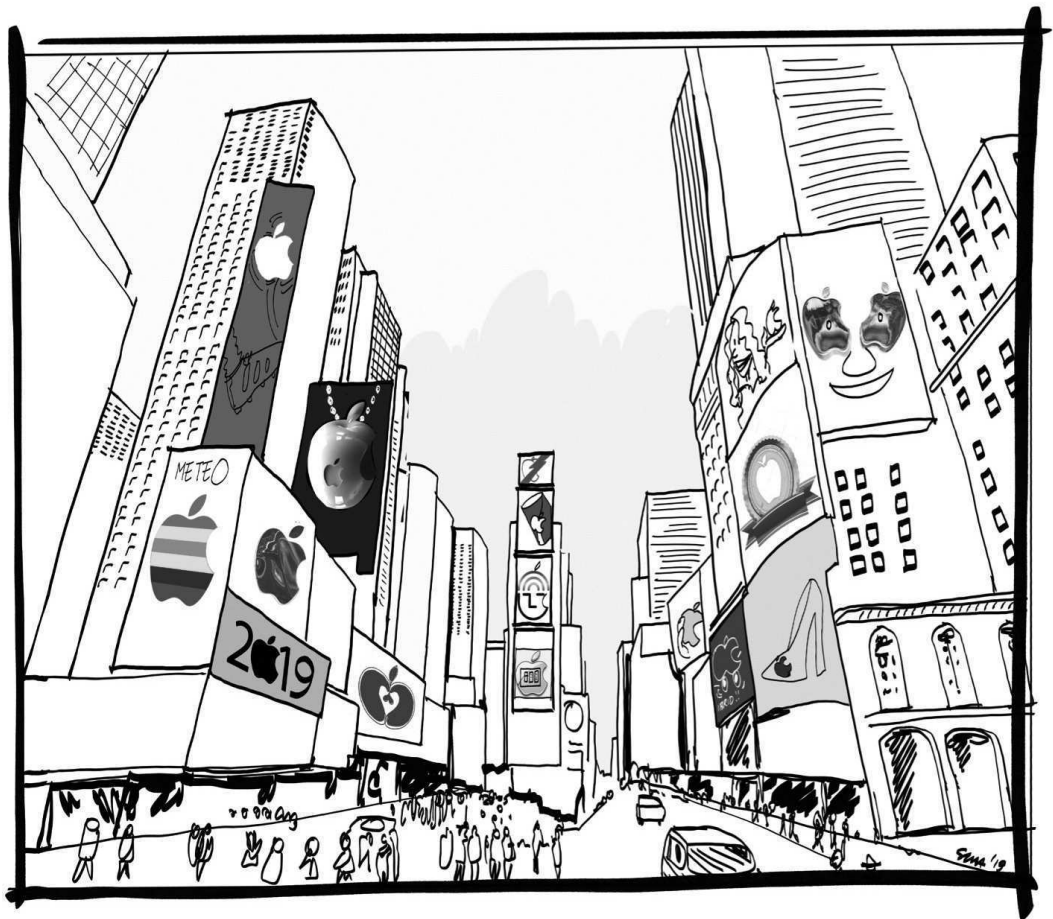


PASSIONE, VISIONE E IDENTITÀ

# Essere o non essere, questo è il “solito” problema

*Le passioni moderate producono uomini comuni.*

[Denis Diderot]



## 1.1 INTRODUZIONE

Ho passato un numero sufficiente di anni nel mondo del retail per sapere che **la fortuna non esiste**. Il successo, nel lavoro come nella vita, non è una manna che cala dall'alto per grazia divina ma la conseguenza di un processo preciso e calcolato che nulla ha a che fare con il caso e tutto con l'abilità imprenditoriale.

**Il retail è come il rugby:** in entrambi si combatte per il centimetro. Ogni azione porta a un micro risultato che, sommato a centinaia di altri micro risultati, conduce alla meta finale. Non esiste il "tutto subito" nel mondo del commercio, esiste il costruire il proprio futuro tassello dopo tassello.

**Il retail assomiglia anche al duro lavoro nei campi:** affinché si possa raccogliere il frutto del proprio sudore occorre chinare la testa e lavorare di buona lena. Nella vita c'è sempre una componente imponderabile che sfugge al calcolo delle previsioni, ma se i passi che compi uno dietro l'altro sono quelli giusti, difficilmente l'arco mancherà il bersaglio.

Quella che siamo soliti chiamare "fortuna" altro non è che un ponte che collega un obiettivo alla sua realizzazione.

## 1.2 LE TRE COLONNE: PASSIONE, VISIONE E IDENTITÀ

Affinché il ponte regga e svolga il ruolo per cui è stato progettato, ovvero reggere l'intera baracca, necessita di solide colonne su cui poggiare. Tre colonne, per la precisione.

**La prima colonna è la passione.** Un progetto, aziendale o personale che sia poco importa, deve essere mosso dalla passione. Se la società spesso insegna all'uomo ad accontentarsi, il retail lo sprona a inseguire i suoi sogni e i suoi talenti, ché per annoiarsi c'è sempre tempo.

**La seconda colonna è la visione.** Quello che fai può anche emozionarti ma se non sai dove la tua emozione è diretta i tuoi sforzi cadranno nel vuoto e continuerai a navigare alla cieca in mezzo alla tempesta. Rinunciare ad avere una visione chiara del proprio obiettivo e di tutti i micro passi necessari per raggiungerlo equivale a spogliarsi di ogni responsabilità e affidare al caso le redini del proprio destino.

**La terza colonna è l'identità.** Per quanto cruciali, né la passione né la visione saranno mai sufficienti a raggiungere il tuo obiettivo se non affiancherai loro un'identità solida, coerente e integrata di quello che sei, di quello che offri e del modo in cui lo comunichi (e a chi).

Ogni colonna è fondamentale per la solidità dell'intera struttura, sarebbe suffi-

ciente toglierne una per vedere il ponte crollare miseramente e con esso tutto quello che hai investito per costruirlo, di cui il denaro sarebbe probabilmente la componente più trascurabile.

È su questi tre elementi, dunque, che poggia il lungo viaggio che ogni impresa, ogni progetto, e in definitiva ogni vita umana, compie verso il proprio futuro. Ed è da qui, dunque, che occorre partire.

### 1.3 INDIVIDUA LA TUA PASSIONE

Senza la passione il mondo sarebbe di gran lunga più vuoto e meno affascinante di come lo conosciamo.

Senza passione non esisterebbero la Coca Cola, le forme sinuose delle sculture di Canova, le arrampicate sulla montagna nuda, le musiche dei Pink Floyd.

Senza passione non esisterebbero il mio lavoro e le mie relazioni, forse non esisterei nemmeno io. Di certo, senza passione, non esisterebbe questo libro.

Se non ci fosse stata la voglia di raccontare il modo in cui lavoro dalla bellezza di 30 anni, e non avessi voluto a tutti i costi fartelo amare così come lo amo io, se non fossi stato mosso da uno di quei sacri fuochi che ardono senza distruggere, "limitandosi" a illuminare la via, di certo non avrei trovato l'energia necessaria per buttarmi in una simile impresa. Che, fin dalla sua prima bozza, si preannunciava alquanto titanica.

Ho scritto centinaia di articoli, tenuto corsi di formazione e lezioni di master, parlato di fronte a decine e decine di persone stipate in sale meeting mute e attente e sui palchi rumorosi delle aule universitarie. Per tutta la vita non ho fatto che usare le parole per accorciare la distanza che separa gli esseri umani gli uni dagli altri e sarà mia premura continuare a farlo ancora per un bel pezzo. Ma un libro non lo avevo mai scritto. E questo era di per sé un motivo più che sufficiente per dedicarmi all'impresa. Ogni essere umano dovrebbe fare almeno una volta all'anno qualcosa che non ha mai fatto prima, soprattutto se questa cosa gli fa paura, perché è proprio vero quel che si dice: **la vita comincia là dove finisce la paura.**

Senza l'entusiasmo che mi animava non avrei mai trovato il modo di ritagliarmi, all'interno delle mie giornate zeppe di impegni, il tempo necessario per mettermi al computer, raccogliere le idee e buttare giù i primi appunti di quello che, diversi mesi dopo, sarebbe diventato un libro. Il tempo manca solo per fare quello che non piace, annoia a morte o spaventa. Per quello che fa battere forte il cuore, invece, lo si trova sempre, o almeno è così che dovrebbe essere.

Sono sempre stato un tipo tenace, affascinato dal cambiamento e dalle evolu-

zioni umane, ma se c'è una cosa che ho imparato in questi anni è che nemmeno la tenacia più ferrea può nulla senza la passione. Adattarsi a fare ciò che non ci emoziona non è solo un insulto a questo prodigio chiamato vita, ma è anche un errore strategico madornale. **L'assenza di passione è il patibolo a cui legghi a doppia mandata il fallimento della tua impresa.**

### 1.3.1 Scegli di essere un sognatore

Ogni giorno incontro decine di persone. Il mio lavoro è spesso un bagno di una folla indistinta, che la mia mente ha nel tempo imparato a vagliare attraverso due grandi filtri, che conducono ad altrettante categorie.

Da una parte ci sono le persone mosse da passione, dall'altra quelle che fanno ciò che fanno perché "costrette": dalla volontà, dalla convenienza di uniformarsi agli altri, dal desiderio impellente di accodarsi a ciò che dice loro la società, il capo, i genitori, la fidanzata.

Chi appartiene a quest'ultima categoria, che racchiude purtroppo la maggioranza di coloro che amano definirsi "imprenditori", è destinato prima o poi a farsi male. Qualcuno trova il modo di aggiustarsi sulle onde e sopravvive malgrado tutto, qualcun altro combatte strenuamente per farsi andare bene quel che non gli piace fare, poiché assuefarsi alla mediocrità fa meno paura che rimboccarsi le maniche e provare a cambiare le cose. Questo però è un grave errore, perché non c'è tragedia più grande che rinunciare ai propri talenti.

**I sognatori, invece, li riconosci subito.** Li riconosci dagli occhi. Se non fosse per le tempie brizzolate li scambieresti per bambini: la luce è la stessa, l'entusiasmo di raccontarsi è lo stesso, così come la grande capacità di visione che li anima.

I bambini hanno due armi micidiali dalla loro che li fanno procedere a testa bassa contro gli ostacoli del mondo: **sognano in grande e hanno la certezza che otterranno quello che hanno sognato.**

Per il bambino il sogno è qualcosa di reale, a portata di mano e di forze. È solo quando diventa adulto che l'essere umano comincia a mettere in dubbio le proprie capacità di incidere sulla vita tangibile. Smettendo di crederci, l'uomo dimentica per strada la capacità di sognare e si convince che essere adulti significhi mettere la testa a posto, rinunciare al proprio talento e lavorare di olio di gomito per affrontare la "vita vera". Che poi un giorno qualcuno ci spiegherà che diavolo è la "vita vera". È così che accade che la maggior parte delle persone finisce per intrappolarsi in vite cui non appartengono, anestetizzate da una zona di comfort costruita meticolosamente al solo scopo di potersene lamentare.

## IL BABÀ SI È FERMATO A EBOLI

L'altro giorno ero da un cliente. Poco prima che ripartissi, uno dei personaggi chiave dell'azienda mi si è avvicinato e, con fare cospiratorio, mi ha sussurrato il nome di una pasticceria di Eboli. "È lì che troverai il migliore babà del mondo" ha detto. E poiché perdersi il migliore babà del mondo sarebbe stato un peccato imperdonabile, ho deciso di fare tappa a Eboli. In fondo se si era fermato Cristo, potevo farlo anche io.

La pasticceria sembrava il set di un film di Fellini. L'arredamento era in pieno stile anni '70: rustico, essenziale, aggrappato coi denti a un mondo che non esiste più. Sulla vetrinetta campeggiava un assortimento di prodotti ridotto all'osso, 4 o 5 tipi in tutto, anni luce di distanza dalla più scarna delle pasticcerie moderne, dove il solo varcare la soglia fa ingrassare di almeno un paio di chili.

Tutto era rimasto congelato a 40 anni prima, tranne per un unico, clamoroso dettaglio.

La proprietaria, una signora sui 65 anni, se ne stava seduta di fronte al pc a seguire uno di quei programmi domenicali che tanto piacciono a mia suocera. Sul monitor campeggiava minacciosa Barbara D'Urso, intenta a rovesciare l'animo umano senza grazia né vergogna. In quell'ambiente così antiquato, la presenza del computer spiccava prepotente come il cappotto rosso nella sceneggiatura in bianco e nero di Schindler's list.

La situazione era talmente surreale, e in un certo senso divertente, che, se non avessi avuto paura di sembrare inopportuno, avrei scattato una foto con l'iPhone per mostrarlo in aula la prossima volta che avessi affrontato il tema dell'identità aziendale. Perché quello che avevo davanti era una scena indubbiamente poetica, ma anche profondamente, tragicamente incoerente.

Qualcuno potrebbe pensare che si tratti di un esempio di incoerenza che paga, visto che tenere aperta una pasticceria così smaccatamente vintage in un mercato sempre più avido di novità è cosa tutt'altro che scontata. Ma non è così. Perché se ancora c'è chi varca la soglia e attende paziente che la proprietaria, con lentezza cinematografica, stacchi gli occhi dal pc e si alzi per servirlo, non è certo per merito della signora né del locale, ma solo di una manciata di babà di una bontà commovente. Che non è poco, su questo siamo pienamente d'accordo.