

Comunicare il “Made in Italy”

- Verranno analizzati casi di successo di imprese italiane fondati sul Lavoro made in Italy e organizzato un workshop in cui i partecipanti potranno esercitarsi a calare la prospettiva teorica del Lavoro made in Italy nei loro scenari di mercato.
 - Rivisitazione del concetto di Made in Italy
 - Dal Made in Italy del prodotto al Made in Italy fondato sul lavoro.
 - Approccio strategico e innovazione digitale
 - Affiancare la presenza del prodotto sui portali classici con l’attivazione di reti di impresa su portali dedicati alla promozione del lavoro italiano
 - Le opportunità del Made in Italy per la valorizzazione aziendale.
 - Dal premium price al Quality price per arrivare al genius faber price.
 - Check di consapevolezza circa l’italianità lavorativa aziendale
 - Analisi di I livello dell’italianità lavorativa aziendale attraverso uno strumento di prospezione valoriale
 - Il Made in Italy come strumento di differenziazione anche nel mercato digitale
 - Qualificarsi sul mercato digitale attraverso politiche di differenziazione fondate sulla qualità del proprio lavoro.
 - Italia e Internazionale: opportunità e sfide del Lavoro made in Italy
- Il lavoro come elemento costitutivo del Brand Made in Italy.
- Competere attraverso una strategia Lavoro Blu
 - Lavoro Made in Italy come strumento per la creazione di nuova domanda, spazi incontestati di mercato, nuove regole di business.
 - Analisi di casi e workshop

Il lavoro “MADE IN ITALY” : Istruzioni per l’uso

Il Dott. Peretti attraverso il Genius Faber offre una specifica consulenza al servizio di imprese e territori che cercano strumenti, metodi, soluzioni per rendere la loro italianità lavorativa strategica leva competitiva.

- Il made in Italy contiene ed esprime un’idea di Italia e di italianità
- L’italianità si trasmette comunicando il lavoro made in Italy
- Il prodotto made in Italy va promosso identificando l’italianità lavorativa che lo anima
- Specifiche ricerche, consulenza e formazione danno vigore e competitività al Lavoro Italiano

Con il suo metodo **M.O.C.A.**, estre, comunica, valorizza l’identità lavorativa italiana di imprese e territori

MAPPATURA

Estrae e profila l’identità lavorativa dell’azienda

OTTIMIZZAZIONE

Trasformare l’identità lavorativa italiana in autentico prodotto

COMUNICAZIONE

Comunicare il prodotto lavoro ai target di riferimento

ADESIONE

Radicare l’identità lavorativa italiana nel tessuto aziendale

Blog di Genius Faber

ALBERTO PERETTIA.PERETTI@GENIUSFABER.IT

Fondatore di Genius Faber, filosofo e formatore, ha insegnato Filosofia del Lavoro e delle Organizzazioni. È autore, tra l’altro, di Genius Faber. Il lavoro italiano come arte di vivere (2015), La sindrome di Starbuck e altre storie. Il lavoro attraverso la letteratura (2012) e I giardini dell’Eden. Il lavoro riconciliato con l’esistenza (2008).

Qualche esempio:

La filiera, valore aggiunto per l'impresa



Certamente chiarezza contrattuale, prospettive di impegno a lungo termine, trasparenza nelle condizioni di fornitura e di pagamento. Aspetti ineliminabili. Che però vanno interpretati come condizioni necessarie ma non sufficienti. Quindi che cosa occorre?

Facciamoci guidare dalla testimonianza di Francesco Ronco, presidente di CAST S.p.A., azienda leader nel settore manifatturiero made in Italy. Nelle sue parole traspare il senso e l'importanza della qualità della relazione tra gli attori di filiera.

Abbiamo gli stessi fornitori da decine di anni, solo fornitori di prima qualità: un buon fornitore è meglio di un buon cliente. I nostri fornitori apprezzano la programmazione di acquisti, come facevamo tutti trent'anni fa e come oggi quasi nessuno fa più. Rapporto con il fornitore significa con l'azienda, ma anche con la persona. Empatia, mettersi nei panni, immedesimarsi. La risposta che ne riceviamo è collaborazione e fiducia

Più di tutto conta il capitale sociale diffuso tra i membri della filiera, vale a dire la condivisione e l'interiorizzazione di una serie di assunti di base circa il senso dato al proprio lavoro e al lavoro in generale, assunti che generano, fiducia, reciprocità, cooperazione, partecipazione. Il lavoro italiano inteso come cultura del vivere calata nelle dinamiche produttive rappresenta una fondamentale forma di capitale sociale, indispensabile per radicare logiche di filiera integrata. Le soluzioni di facciata non pagano: occorre diffondere e radicare un'etica del fare e del vivere all'interno di tutti i componenti la filiera. Vale dire diffondere una cultura della certificazione produttiva e della sostenibilità che affondi le sue radici in una cultura del lavoro trasversalmente proposta. Quale il nostro impegno come Genius Faber? Quello di supporto nel dotare l'intero sistema di filiera di una rinnovata competitività a partire dal modello **I.M.A.I.**,

attraverso cui vogliamo evidenziare le parole chiave indispensabili per rendere la filiera autentico valore aggiunto per l'impresa.

*I*dentità

Creare continuità nella pratica lavorativa collegando gli attori di filiera attorno a una comune visione del lavoro. Rinsaldare l'identità di filiera attraverso un confronto su valori esistenziali che devono essere frutto di scelte ponderate e meditata adesione. Creare le condizioni per rendere gli attori più consapevoli e responsabili del loro lavoro.

*M*otivazioni

Aprire orizzonti di senso più ampi e luminosi per il lavoro quotidiano. Favorire l'interiorizzazione delle possibili ragioni del lavoro presso tutti gli attori di filiera.

*A*zioni

Discutere esempi di buon comportamento, indicare direzioni d'azione, tracciare linee guida per orientare l'agire. Coniugare razionalità e ragionevolezza, il quanto vale la prestazione con il che cosa essa vale in termini di salute individuale e collettiva. Ottenere l'alleanza profonda degli attori di filiera in vista del raggiungimento degli obiettivi produttivi, al di là degli adempimenti sterili e rituali.

*I*mpegni

Esprimere, verso l'interno e verso l'esterno, gli impegni assunti dalla filiera integrata in fatto di traguardi, valori, indirizzi di civile coesistenza.

Lavoro, ben essere, qualità della vita lavorativa:
10 domande, 10 risposte in pillole



30 GIUGNO 2017 AUTORE

ALBERTO PERETTI

TEMATICHE

ADRIANO OLIVETTI, CULTURA DEL LAVORO, ETICA DEL LAVORO

Il concetto di ben essere organizzativo si applica a diverse realtà aziendali e diversi momenti della vita organizzativa. Qui proponiamo brevi spunti di riflessione sull'idea di salute organizzativa, utilizzando un paradigma a carattere filosofico.

1. Che cosa è il *ben essere* lavorativo?

E' una condizione di alta realizzazione e di massimo coinvolgimento personale, in grado di produrre soddisfazione diffusa all'interno della comunità di lavoro.

2. Quale rapporto tra *ben essere* e riflessione filosofica?

Con l'idea di *ben essere* lavorativo ci si pone l'obiettivo di aumentare in ogni persona la stima e la considerazione di sé attraverso il libero esercizio delle proprie capacità. Si vuole permettere ad ogni persona di radicare il proprio percorso professionale all'interno dei propri valori esistenziali.

Si intende far giungere a maturazione e a compimento le possibilità che ciascuno di noi ha di vivere un'esistenza lavorativa piena e davvero degna di essere vissuta.

3. Qual è il cuore del concetto di ben essere lavorativo?

Si trova nell'idea di riconoscimento e di rispetto della persona in ambito lavorativo. Il *ben essere* promuove un'idea di cura, di sollecitudine e di apertura verso gli altri, si fonda sul superamento del senso di estraneità che attanaglia tanta parte della vita lavorativa, ruota intorno alla possibilità di riannodare la nostra vita alle tante vite che ci circondano e ci interpellano nel corso del lungo cammino lavorativo.

4. Una delle prospettive più innovative?

Il *ben essere* lavorativo è consapevole e realistico progetto di aprire la dimensione di lavoro alle logiche e alle dinamiche del gioco, il fare produttivo al sentire dell'agire ludico, al fine di favorire la libera, piena, responsabile espressione delle potenzialità individuali pur all'interno dei concreti processi organizzativi.

5. Uno dei suoi obiettivi prioritari?

Riunire chi lavora al senso e alle regioni profonde del suo fare. Favorire la partecipazione al grande esercizio di costruzione e ricostruzione di senso e significato del fare, a cui si "gioca" condividendo in prima persona valori, visioni, indirizzi, progetti, storie affioranti nel vasto arcipelago della vita organizzativa.

6. Come lo si raggiunge?

Innanzitutto il *ben essere* sul lavoro si sviluppa con e per gli altri. Non è cosa per isolati o misantropi. Trae linfa e significato da un'idea rinnovata di comunità lavorativa, una comunità sostenuta cioè non da un'integrazione funzionale degli individui, ma dallo scambio interpersonale di beni di relazione, da logiche di fiducia, di dono, di fellowship e di riconoscimento reciproco.

7. Ben essere può far rima con efficacia ed efficienza?

Il *ben essere* si fonda su un'idea di lavoro non asfittico, capace di considerare in tutta la loro complessità gli attuali cambiamenti economici, tecnologici, sociali e culturali. Si collega alla grande riflessione sulla responsabilità sociale interna delle imprese, fondata sulla consapevolezza che il modo migliore per garantire salute e sviluppo dell'organizzazione è attraverso la qualità della vita che in essa lavora.

8. Il ben essere riesce a fare i conti con la complessità dell'animo di chi lavora?

Promuovere il *ben essere* significa pensare che il lavoro non esaurisce le sue valenze alle dimensioni economicistiche del fare e del produrre. Lavorare vuol dire agire pensando, progettando, sognando, aspirando, provando emozioni, impegnandosi, scoraggiandosi, credendo e molto altro. Tutto ciò deve trovare accoglienza presso strutture organizzative e presso persone capaci di dare ascolto alle voci dell'homo faber, in grado di entrare in autentica risonanza con la molteplicità delle dimensioni dello spirito umano.

9. Lavorare significa anche vivere al meglio la dimensione sensoriale e corporea...

La dimensione del *ben essere* è senz'altro complessa. Scaturisce dall'intreccio di aspetti etici, relazionali, comunicativi e indubbiamente psicofisici. Riguarda cioè l'armonico rapporto mente-corpo, all'interno di un'attenta progettazione degli spazi di lavoro, letti e interpretati in tutte le loro valenze ergonomiche, estetiche, antropologiche, simboliche.

10. All'interno dell'idea di ben essere c'è spazio per il divertimento e il piacere?

Un mondo di lavoro perennemente trasformazione implica un'attenzione non saltuaria ai progetti di formazione e di learning organization. Favorire il ben essere significa utilizzare strumenti e metodi dove l'apprendere possa coniugarsi con la partecipazione personale, con l'entusiasmo, con il gusto e con il piacere di rinnovare le proprie competenze all'interno di iniziative capaci di coinvolgere la mente e i sensi con la bellezza e con l'armonia.

La magnifica occasione



26 GENNAIO 2016

AUTORE

ALBERTO PERETTI

TEMATICHE

LAVORO, LAVORO ITALIANO, MADE IN ITALY

Cinque anni e sembra ieri. Sono passati cinque anni da quando l'indimenticato Edmondo Berselli scriveva: "Le forze conservatrici si sono fatte imprenditrici della paura, inserendo in un solo tableau ideologico la sicurezza nelle città, l'immigrazione clandestina, la "minaccia" islamica, l'altezza dei minareti, la concorrenza degli immigrati sul lavoro..."

Aveva e continua ad avere pienamente ragione. Una politica trasversalmente conservatrice, banalizzata e banalizzante, senza slanci, incapace di elaborare prospettive di vita buona sta snervando e spegnendo le energie morali e le prospettive di vita di milioni di persone. Nel nostro paese e nel mondo. Tre anni e sembra ieri. Sono passati tre anni da quando Gustavo Zagrebelsky scriveva:

L'economia mondializzata, omologata agli standard produttivi delle grandi imprese che operano sul mercato mondiale, la grande distribuzione al loro servizio, la pubblicità che orienta i consumi standardizzandoli e crea stili di vita uniformi: tutto ciò produce un'umanità funzionalizzata, ugualizzata nei medesimi bisogni e nelle medesime aspirazioni: in una parola confluisce in una medesima cultura. È questo ciò che vogliamo? O non occorrerebbe invece prestare attenzione a ciò che di originale, sotto la calotta in crisi dell'economia finanziarizzata su scala

mondiale, si muove e cerca di crescere: nuove e antiche professioni che cercano di emergere o riemergere, nuove forme di produzione, di collaborazione tra produttori, nuove reti di collegamento solidale tra produttori, nuove modalità di distribuzione e di consumo; riscoperta di risorse e patrimoni materiali e culturali esistenti, ma finora nascosti o dimenticati. Il nostro Paese avrebbe tante cose e tante energie da portare alla luce nell'interesse di tutti.

Aveva e continua ad avere perfettamente ragione. Asfissiato dalla politica della paura e consapevole delle tragedie di un certo capitalismo predatorio, il mondo imprenditoriale italiano si trova di fronte a una sfida che è anche una magnifica occasione: proporre al sistema paese una via che sia insieme economica, politica e culturale. Per trovarla basta attingere alla nostra più autentica tradizione produttiva, quella fatta di efficienza, tecnologia, intelligenza e contemporaneamente di tradizione, convivialità, gusto, bellezza. Vale a dire puntare sul modello di lavoro italiano (il ben fare coniugato con il fare bene e con il ben essere).

Il lavoro italiano accoglie e integra economia, politica e cultura. È contemporaneamente espressione di regole e di indirizzi di civile convivenza (funzione politica); è retto da un'etica e da un'estetica del vivere (funzione culturale); è fonte di ricchezza e benessere (funzione economica). Detto in altro modo, il lavoro italiano, il lavoro come arte di vivere, è la dimensione dove le istanze individuali si incontrano e si ampliano nella ricerca politica del bene comune; esprime il patrimonio simbolico che caratterizza la nostra civiltà del vivere; è l'elemento decisivo per rendere competitivo il prodotto italiano nel mondo.

Una magnifica occasione: ricordarci di essere fondati sul lavoro, su un modo di lavorare antico di secoli e allo stesso tempo modernissimo, ci farà uscire dalle paludi che vorrebbero inghiottirci.

Far mente locale



20 GENNAIO 2016

AUTORE

ALBERTO PERETTI

TEMATICHE

ECONOMIA, LAVORO, LAVORO ITALIANO

*S*tare ovunque senza mai essere davvero da nessuna parte: è ciò che purtroppo caratterizza tante realtà produttive italiane che accecate dai miti della peggiore globalizzazione hanno adottato una concezione de-localizzata e uniformante del fare. La differenza, la diversità, la particolarità cancellate a favore dell'uguale, dell'omogeneo, del generale. È soprattutto lo spazio ad aver perso la sua unicità: è stato defisicizzato, trasformato da occasione per davvero abitare a vuoto da riempire e consumare. È prevalso il funzionalismo: inutile perdere tempo a stabilire un'autentica relazione con l'ambiente, l'importante è che quest'ultimo "serva" e "funzioni", che funga da supporto tecnico dal punto di vista economico e produttivo. Un modo stupido di fare impresa, che impedisce di accorgersi dell'enorme valore rappresentato dalla varietà di territori e di paesaggi produttivi. Come se produrre qualcosa non avesse nulla a che fare con il dove lo si produce.

Ma a fronte della sterile monotonia della deterritorializzazione, cresce presso produttori e consumatori l'aspirazione a ciò che è incommensurabile, irripetibile, incomparabile. Si sente il bisogno di *far mente locale*.

Fare mente locale vuol dire avere la capacità di opporsi alla deriva del vivere ovunque e dell'essere da nessuna parte, passare dal *No-where*, dal nessun luogo, al *Now-here*, al qui e adesso. Far propri

un luogo, una situazione, una storia, riconoscerli mentre in essi ci si riconosce, mettere in essi radici nel mentre in essi si lavora e si produce.

In termini lavorativi fare *mente locale* significa una serie di cose ben precise:

- riconoscere il *genius loci*, ovvero valorizzare lo spirito e l'identità profonda del luogo di produzione; canalizzarne le energie dove esistono, rafforzarle dove latitano; rapportarsi con esso in spirito di reciprocità, non prearlo e neppure calpestarlo;
- vitalizzare il lavoro (dargli *concretezza*, collegarlo alla varietà e profondità dell'esistenza di chi lavora);
- affettivizzare il prodotto (riconoscergli unicità di *identità*, quindi provenienza, storia, durata, divenire).

Leopardi e lo spirito imprenditoriale italiano



11 GENNAIO 2016

AUTORE

ALBERTO PERETTI

TEMATICHE

ECONOMIA, LAVORO, LAVORO ITALIANO

Un passaggio del messaggio di fine anno del Presidente Mattarella tocca temi per noi decisivi: Sappiamo tutti che quando si parla di noi italiani le prime parole che vengono in mente sono genio, bellezza, buon gusto, inventiva, creatività. Sappiamo anche che spesso vengono seguite da altre, non altrettanto positive: scarso senso civico, particolarismo, individualismo accentuato.

Ricevo ogni giorno molte lettere e, in questo mio primo anno di presidenza, in giro per l'Italia e al Quirinale, ho incontrato tante persone e conosciuto le loro storie. Parlano di coraggio, di impegno, di spirito d'impresa, di dedizione agli altri, di senso del dovere e del bene comune, di capacità professionali, di eccellenza nella ricerca. E non si tratta di eccezioni. Nei miei colloqui con i rappresentanti di altri Paesi, in Italia e all'estero, ho sempre colto una considerazione e una fiducia nei confronti dell'Italia e degli italiani maggiori di quanto, a volte, noi stessi siamo disposti a riconoscere. L'Italia è ricca di persone e di esperienze positive. A tutte loro deve andare il nostro grazie. Il ringraziamento è cosa giusta e doverosa, ma non basta. E rischia la retorica. Occorre dare carne e sangue all'italico *genio*, riconoscerlo come il modo tutto nostro di rendere il lavoro un'arte di vivere. Occorre raccogliere e inquadrare le virtù civili e le capacità professionali evocate dal Presidente in un praticabile modello di vita e di lavoro a cui possano ispirarsi persone e imprese. Occorre dare forza alle vocazioni individuali rendendole parte di un progetto di politica economica in cui i singoli possano rispecchiarsi e ritrovarsi. Occorre valorizzare il modo di lavorare italiano rendendolo strategica leva competitiva per la crescita del Paese. Con il necessario realismo, ma

senza rinunciare alla forza delle idee. Con il doveroso rispetto alle esigenze materiali che oggi assillano persone e imprese, ma riconoscendo che senza energia spirituale, senza slancio etico ed estetico, la vita, e quindi anche l'economia, annaspano e girano a vuoto.

Aspettative grandi e buone



04

GENNAIO

2016

AUTORE

ALBERTO

PERETTI

TEMATICHE

LAVORO, LAVORO ITALIANO, MADE IN ITALY

Ci siamo appena lasciati alle nostre spalle un anno difficile e per molti versi drammatico. In tanti lo salutiamo senza rimpianti, con un senso di liberazione e malcelata soddisfazione. Di fronte, inutile illuderci abbiamo l'ennesimo tempo confuso, nebbioso, irto di incognite. Eppure... Eppure proprio oggi ci sostiene una capacità tipicamente italiana: quella di stare e operare nella possibilità. Senza certezze, fondandosi su congetture empiriche, consapevoli del rischio incombente dell'errore. Nella vigile aspettativa che sa cogliere l'occasione là dove altri non vedono nulla o peggio il nulla. Ci deve ispirare l'atteggiamento di un grande italiano, così come lo descrive Leopardi nelle *Operette morali*. Parlo dello spirito di Cristoforo Colombo che, seppur stanco, dubbioso e cauto dopo lunga e infruttuosa navigazione (e chi oggi non è un po' come lui?) conserva però l'intelligenza vigile degli imprenditori-esploratori, la cui opera rimane sempre all'insegna della speranza curiosa:

“Da certi giorni in qua, lo scandaglio, come sai, tocca fondo; e la qualità di quella materia che gli vien dietro mi pare indizio buono. Verso sera, le nuvole intorno al sole, mi dimostrano d'altra forma e di altro colore da quelle dei giorni innanzi. [...] Aggiungi quella canna che andava in sul mare a galla, e mostra essere tagliata di poco; e quel ramicello di albero con quelle coccole rosse e fresche. Anche gli stormi degli uccelli, benché mi hanno ingannato altra volta, nondimeno ora sono tanti che passano, e così grandi; e moltiplicano talmente di giorno in giorno; che penso vi si possa fare qualche fondamento. [...] In somma tutti questi segni raccolti insieme, per molto che io voglia essere diffidente, mi tengono pure in aspettativa grande e buona”.

La stessa aspettativa, sulla base di indizi che per chi sa osservare appaiono chiari e inequivocabili, possiamo fiduciosamente e realisticamente riporre in un futuro animato dal modo italiano di lavorare e di fare impresa.

La forza delle combinazioni



21 DICEMBRE 2015

AUTORE

ALBERTO PERETTI

TEMATICHE

ECONOMIA, LAVORO ITALIANO, MADE IN ITALY

L'Emilia Romagna – nell'innovazione e nelle strategie di impresa – è il punto di collegamento fra tradizione e modernità. Così Paolo Bricco nelle pagine del Sole 24 Ore del 1 dicembre dedicate all'Italia che innova. Una frase che esprime bene uno degli aspetti che caratterizzano il modello di lavoro italiano: la creatività come arte combinatoria.

Nei distretti dell'innovazione, dalla ceramica al food al biomedicale, “i laboratori all'avanguardia confinano con le stalle, le fabbriche con le cascine”. Un modo per dire che la forza del lavoro italiano consiste nel riuscire a mettere in nuove relazioni ciò che già esiste. È nel saper intravedere e instaurare nuove connessioni tra elementi già presenti in realtà e contesti diversi. L'autentico lavoro italiano non traccia *confini* tra le dimensioni del vivere – l'economico produttiva e quelle etiche, civili, spirituali, artistiche – anzi ne valorizza in maniera *funambolica* le connessioni. Cresce all'interno delle loro *frontiere*.

La carica innovativa del lavoro italiano deriva da un'arte del vivere e da una cultura del lavoro che ha fatto *giocare* tra loro l'economico, l'estetico, il sociale, il civile. Che ha fatto sì che i fenomeni fondamentali dell'esistenza umana fossero reciprocamente implicati e intrecciati. Il modello di lavoro italiano virtuosamente confonde i piani e i tempi del vivere, rende il fare espressione della complessità del vivere. L'indirizzo da seguire è chiaro: valorizzare il lavoro italiano come dimensione *meticcia* di *mediazione*, tra antico e moderno, individualità e collettività, immanenza e trascendenza, praticità e idealità, materia e spirito.

L'italianità come capitale intangibile



14 DICEMBRE 2015

AUTORE

ALBERTO PERETTI

TEMATICHE

ECONOMIA, LAVORO ITALIANO, MADE IN ITALY

Si definisce “capitale intangibile” l’insieme delle risorse non monetarie e senza sostanza fisica che incidono sulla produzione, fornitura e consumo di beni e di servizi. Comprende il capitale umano (le conoscenze, le capacità, le abilità e le esperienze di chi lavora nell’impresa; il capitale organizzativo (le procedure e le pratiche organizzative, le attività di ricerca e sviluppo, i diritti di proprietà intellettuale); il capitale relazionale (l’insieme delle relazioni che collegano l’impresa al mondo esterno).

Esiste però un altro primario capitale intangibile, che rende *unici e non replicabili* i capitali sopraelencati e che li dota di *carattere* e di *temperamento*. È il *capitale di civiltà* espresso da un lavoro che sa raccontare la cultura che lo ha generato e si opponga alla massificazione del prodotto e all’anonimato produttivo. È il modo di lavorare, lo stile di processo che riflette il sottostante progetto di civiltà che lo anima. È il lavoro che dice secoli di vita, di pensiero e di passione. Capitale intangibile primario è il *genius faber* che rende i prodotti evidente espressione di *chi* li ha concepiti, del *come* sono stati realizzati, del *dove* hanno preso vita, del loro *quando* e *perché*.

Per rimanere davvero competitiva l'impresa italiana deve seguire la strada che oggi appare *felicemente obbligata*: caratterizzarsi per il *genius faber italiano*, per la proposta culturale, antropologica ed esistenziale espressa dal e nel suo lavoro e comunicata dai e nei suoi prodotti. In altre parole veicolare con l'inscindibile binomio lavoro-prodotto una tradizione fatta di efficienza, di tecnologia e *contemporaneamente* di benessere, convivialità, bellezza, artigianalità.

Il ragionamento è piuttosto semplice: chi cerca un prodotto italiano cerca innanzitutto l'*italianità* e la *mediterraneità*. È attratto da un'idea del vivere tradizionalmente associata al nostro Paese, sovente però tradita, intrisa di luoghi comuni e di stereotipi. Occorre quindi compiere una duplice operazione: portare alla luce gli elementi che costituiscono la nostra più autentica arte del vivere, vale a dire ciò che dello spirito italiano è cosa seria e non paccottiglia fieristica, e ricalcare l'*italianità* nei processi produttivi, reinnestarne i caratteri *nel* lavoro e *nel* prodotto italiano del XXI secolo. C'è il rischio di accorgersi che, in maniera sorprendente, abbiamo le carte in regola per elaborare l'immaginario di una nuova economia.

Contro il terrore, contro la stupidità



Nel mare di ripugnante violenza e di conseguente trivialità che ha allagato le cronache di questi giorni, qualcuno ha conservato la lucidità necessaria. È il caso di Antonio Fungicello che il 2 dicembre sulle pagine de Il Foglio ha compreso con quali armi si potrebbe e dovrebbe combattere, sul serio, il terrorismo e il terrore. Bombardamenti, droni e altre amenità non sono che palliativi. Il solito modo semplicistico di chi non riesce o non vuole cogliere il nocciolo del problema.

Il terrorismo jihadista ha messo a nudo l'ormai cronica debolezza dell'Occidente e in particolare dell'Europa: l'attuale pochezza del suo universo simbolico e la miseria del nostro immaginario collettivo. Pochezza e miseria che negli ultimi decenni hanno portato l'Occidente, Italia in testa, ad avvilito e calpestare ciò che Fungicello chiama il suo autentico *way of life*. Io preferisco chiamarla la sua arte di vivere. Intendo ciò che in una trentina di secoli ci ha resi *fratelli in qualcosa*, uniti in un certo modo di pensare, capaci di danzare insieme e non semplicemente di muoverci ciascuno per conto proprio, trasportati da una corrente generale che ha fatto sì che potessimo riconoscerci e sentirci, pur nelle grandi differenze, in cammino verso un orizzonte comune. Il terrorismo ci scopre bamboccioni indolenti che si pensano astuti, soddisfatti dei nostri trastulli effimeri, ridotti ad essere dei gestori della vita, capaci, avrebbe detto Oscar Wilde, di dare un prezzo a tutto, ma ormai inetti a dare un valore a qualcosa. Ci scopre malati della retorica del pragmatismo, capaci di isteriche reazioni alla Brancalione, ma non di azioni responsabili e di lunga durata. Mette a nudo la nostra tragica debolezza, quella che deriva dall'aver per troppo tempo dilapidato le nostre più profonde risorse energetiche, il nostro greggio più vero: cultura, rispetto della persona, ricerca della bellezza, misura nel vivere e nel pensare, apertura e fede nell'intelligenza e nel dialogo. Risorse che hanno permesso all'Europa e in particolare all'Italia di superare momenti ben più bui di quelli attuali. Il terrorismo non fa che confermare ciò che la disoccupazione strisciante, il disagio sociale, la crisi economica, il malessere che pervade molta parte delle nostre vite dovrebbe rendere evidente anche ai più inetti: la vera competizione, anche e soprattutto in politica estera e in economia, non si vince giocando (male) a rischio o recitando come un mantra le (cosiddette) leggi di mercato o della globalizzazione. Vince chi mette in campo con più forza e autenticità il proprio modo di intendere la vita, il lavoro, se stesso, gli altri. Si compete, in ogni campo, con le idee e con i valori sui quali si scommette la propria esistenza. Si vince sentendosi parte di qualcosa per cui vale la pena vivere, per cui vale la pena di darsi e insieme donarsi.

Bibliografia

È filosofo del lavoro. Dal 1990 si occupa di formazione e di consulenza organizzativa, con particolare attenzione ai temi della comunicazione dell'etica del lavoro e della valorizzazione della persona in ambito professionale. Ad oggi ha collaborato con oltre 150 organizzazioni, private e pubbliche.

Nel 2003 apre uno studio di counseling filosofico, specializzandosi in problematiche relative alla dimensione lavorativa.

Dal 2001 al 2012 è docente di Filosofia del Lavoro e delle Organizzazioni presso la Scuola Superiore di Counseling Filosofico di Torino.

Nel 2015 fonda e coordina Genius Faber, società di consulenza strategica specializzata nella valorizzazione dell'italianità lavorativa e del lavoro made in Italy.

Scriva su numerose riviste di settore. Tra le sue pubblicazioni: Il dubbio di Amleto. Il gioco come modo di pensare, sentire, agire (2001, Edizioni dell'Orso); I giardini dell'Eden. Il lavoro riconciliato con la vita (2008, Liguori); La sindrome di Starbuck e altre storie. Il lavoro attraverso la letteratura (2012, Guerini e Associati); Genius faber. Il lavoro italiano come arte di vivere (2015, Ipoc). Ha curato le voci Olivetti Adriano e Eudaimonia per il Dizionario di economia civile (2009, Città Nuova).

Pubblicazioni

GENIUS FABER. IL LAVORO ITALIANO COME ARTE DI VIVERE

2015, Ipoc

Esiste una via mediterranea al lavoro, italiana in particolare, che può permetterci di uscire dalla palude culturale e spirituale che sembra inghiottirci. Guidati da un pensiero articolato, ordinato e puntuale, l'autore propone una rivoluzione: il modello di lavoro italiano come cambiamento culturale e organizzativo in grado di vincere le sfide della globalizzazione.

LA SINDROME DI STARBUCK E ALTRE STORIE. IL LAVORO ATTRAVERSO LA LETTERATURA

2012, Guerini e Associati

Immisero da chi lo intende come una semplice voce di costo o un puro mezzo per vivere, il nostro lavoro attende una ventata di aria fresca che ridia slancio a ciò che facciamo. Alberto Peretti ha scelto una serie di figure letterarie, da Adamo ai giorni nostri, ne ha ripercorso la vicenda e cercato di coglierne l'insegnamento ricavandone una morale in grado di scuotere la nostra coscienza lavorativa.

VOCI OLIVETTI ADRIANO E EUDAIMONIA IN DIZIONARIO DI ECONOMIA CIVILE, A CURA DI L. BRUNI, S. ZAMAGNI

2009, Città Nuova

Attraverso tre direttrici – voci teoriche, esperienze e personaggi (studiosi, operatori e imprenditori) – il Dizionario intende dare "voce" alla dimensione civile dell'economia.

I GIARDINI DELL'EDEN. IL LAVORO RICONCILIATO CON LA VITA

2008, LIGUORI

La fioritura dell'essere umano può e deve essere cercata non dopo il tempo di lavoro, ma al suo interno, riconnettendo le dinamiche produttive con la ricerca di una vita davvero degna di essere vissuta. Alberto Peretti propone un rinnovato progetto di civiltà a partire da una delle dimensioni che sembrano più compromesse con l'insensatezza della tecnica e con la cieca produttività.

IL DUBBIO DI AMLETO. IL GIOCO COME MODO DI PENSARE, SENTIRE, AGIRE

2001, EDIZIONI DELL'ORSO

Possiamo adottare l'atteggiamento di gioco per pensare meglio e con maggiore creatività? Si può fare nuova formazione con il metodo gioco? Chi sente nodi nella propria esistenza cerca soluzioni che gettino su di essa nuova luce, che osino andare e portare lontano. È ciò che, giocando tra filosofia, psicologia, letteratura e altro ancora, tenta di fare questo libro.