

## L'arte marziale approda in azienda

Troppo strano per essere uno slogan pubblicitario e basta. Ci deve essere qualcosa dietro.

Pensi? Saranno i soliti mattacchioni che si divertono a partorire idee bizzarre.

Arte marziale, approdo, azienda...? Ci manca solo che la nave anziché in porto getti l'ancora sopra un tatami in una palestra di karate!

Sai che ti dico? Voglio saperne di più perché l'accostamento mi stuzzica.

Questo appena riportato è un recente dialogo tra il titolare di un'agenzia di vendita di libri giuridici e il responsabile marketing della casa madre editrice.

In realtà, l'idea che si possa **solcare il mare all'insaputa del cielo** è uno dei tanti stratagemmi applicati quotidianamente e con successo nel dojo e nella vita. Certo bisogna uscire dalla logica ordinaria, dalla serrata e triste razionalità quotidiana. Ma quale risultato è mai stato raggiunto senza *volare*. "Il genio" disse William James – "non è altro che la capacità di osservare la realtà da prospettive non ordinarie".

Non abbiamo truccato Cicerone da Samurai né Bruce Lee da Quintiliano ma distillato anni di studio, pratica, applicazione e impegno. Il risultato è stato un elisir. Gocce di saggezza, dalle origini.

Fine delle arti marziali è il progredire dello spirito, attraverso il rafforzamento del corpo e l'apprendimento della tecnica; fine imprenditoriale è mantenere un equilibrio economico durevole e non il

profitto ad ogni costo (e subito). Sono molte le analogie tra le arti marziali e il mondo del business: il marketing, la vendita, la competizione, i modelli di management. Concetti come: consapevolezza (del target), velocità, potenza, tempismo, equilibrio, determinazione, studio della concorrenza, strategia e tattica della competizione, capacità di reazione in situazione di stress, di emergenza, di pericolo. Oppure valori come perseveranza, impegno, coraggio, correttezza, lealtà e rispetto dell'avversario, sono fattori comuni a entrambe i mondi: quello degli affari e quello dello sport. Talvolta formano un binomio indissolubile.

Comprendere che alcune volte conviene **partire dopo per arrivare prima** - come nel caso dell'attacco sull'attacco dell'avversario - è una logica diversa da quella espressa dal noto detto "*La miglior difesa è l'attacco*" o del semplice contrattaccare. Ad aziende forti e a forti atleti corrispondono quasi sempre forti valori. Economici gli uni ed etici gli altri. Da secoli sono tutti d'accordo nel dire che il dojo è scuola di vita; l'arte marziale studia la forma in cui si esteriorizza lo spirito. L'applicazione costante genera l'abitudine al gesto che diventa spontaneo. Ma il gesto è rivolto a risolvere il conflitto, fisico o dialettico, verbale o comportamentale, attraverso tecniche idonee e appropriate.

Il **significato** di una breve ma significativa esperienza di arti marziali durante un momento formativo è tutto qua. Il **contenuto** può variare a seconda dell'esigenza.

Si tratta infatti di una **metafora** dell'azienda, e come tutte le metafore può: interpretarne la storia, la missione, l'assetto strategico o evocare alcuni comportamenti/atteggiamenti commerciali quali il controllo del vantaggio sulla concorrenza, le strategie, il recupero di posizioni perdute, l'attenzione e l'attesa, magari lo studio di iniziative particolari. Con la

delicatezza di un'arte, con la precisione di un metodo, con l'efficacia di una rappresentazione fortemente suggestiva.

Non è un caso che uno dei più importanti stratagemmi delle arti marziali sia **cambiare rimanendo se stessi**. E' imitando la fluidità dell'acqua che riusciamo ad adattarci all'avversario e risolvere i conflitti. E' adattandosi al mutare dei gusti, delle congiunture, dei bisogni (come stato e come fine) che mente e azienda rimangono sani e possono competere.

Sono i crediti a medio e lungo termine quelli che attestano la solidità e la capacità dell'azienda di stare sul mercato così come sono speranze, fini e obiettivi quelli che ci permettono di vivere e non solo di sopravvivere.

Un buon progredire non può prescindere dal migliorare le relazioni e questo lo si può fare perfezionando il modo di comunicare. Poiché **non si può non comunicare** bisogna farlo bene: che si usi la scrittura, la voce, il gesto, lo sguardo, la posizione il fine è quello di **vincere senza combattere**: "**Karate ni sente nashi**" ovvero essere forti fuori e dentro.