



Felicità è Rivoluzione

Da un maestro del marketing e della pubblicità cinque regole vincenti per cambiare la propria vita. La prima: non stare alle regole del gioco

di Kevin Roberts

Rivoluzione vincente senza morti ammazzati. «Il primo dovere di un rivoluzionario è quello di farla franca. Il secondo è far colazione. Di qui non mi muovo!». Così parlò l'attivista americano Abbie Hoffman, colto davanti a un piatto di uova al bacon dai poliziotti che venivano ad arrestarlo in un bar di Chicago. Sul primo punto Abbie aveva ragione. Bisogna uscirne indenni. A scuola studiavo al 20 per cento, per il restante 80 per cento ero in rivolta. Non riuscivo a stare dentro le regole rigide imposte dalla maggior parte degli insegnanti. Poi, a 17 anni, fui espulso dalla scuola perché ero diventato papà. Quarant'anni dopo mi invitarono a far parte del direttivo di quella scuola: dolcissima ironia, dolce almeno quanto Audrey Hepburn in «Vacanze romane» di William Wyler.

Da tutto questo, e dopo quarant'anni di attività nel business globale, viene fuori una morale, con qualche idea sulla ribellione. La via più rapida per arrivare sempre primi è reinventare. E per questo ci vuole la rivoluzione. Dato il mio spirito irrequieto e imperativo, ho sempre sostenuto che i migliori successi si ottengono con gli eccessi. Per emergere nella vita, per combattere la tirannide, i conformi-

smi, l'apatia e la mediocrità, non c'è di meglio della rivoluzione. Ad esempio nel business: sono cinque le rivoluzioni che rivelano straordinarie potenzialità.

1. La Rivoluzione dei Consumatori. Che oggi hanno maggior potere, grazie alla tecnologia, alla concorrenza e alle possibilità di scelta. Da quando sono al comando, le consumatrici (e i consumatori) chiedono a chi produce di fare le cose giuste, o di lasciar perdere gli inganni e gli imbrogli.

2. La Rivoluzione della Velocità. I cicli produzione-acquisto si restringono sempre più. Con la tecnologia che spiazza il tempo, è la velocità a fare la differenza tra vincitori e perdenti sul mercato. Il mondo degli affari è rimodellato dai dettaglianti just-in-time come la svedese Hennes & Mauritz, o dai podcaster, eroi caserecci di giornata.

3. La Rivoluzione «Auvimo»: per il consumatore, l'insieme di audio, video e movimento sullo schermo è irresistibile. La tv è lo strumento di vendita più straordinario mai esistito. Ma oggi c'è persino di me-

glio per chi ha storie da raccontare: la nuova tv, ce l'avete in tasca, con il vostro cellulare. La nuova compagnia collega la famiglia degli schermi.

4. La Rivoluzione Cinese. Straordinarie capacità sul piano manifatturiero e su quello dei prezzi, debellate dalla creatività e dal design. Visto che l'Italia non batterà mai la Cina sul fronte dei prezzi, deve farne un partner, un mentore, una fonte d'ispirazione.

5. La Rivoluzione Ibrida. Ignorare l'avvertimento di Egon ai «Ghostbusters»: «Non traghettare». Le idee ibride sono il futuro. Automobili ibride. Bambini ibridi. Squadre ibride. Culture ibride. Paesi ibridi. Mettiamo insieme tutto ciò che è diverso e ci troveremo in una situazione migliore. Una strategia che vale la pena di rivisitare. Ecco come, sull'esempio di un dialogo tra due protagonisti di «Ghostbusters»

Peter: Scusa, Egon, non è stato detto, proprio da te, che traghettare è pericoloso? Ci danneggerai. E poi stai mettendo a rischio

Grazie alla concorrenza e alla possibilità di scelta a comandare sono le consumatrici. Che chiedono all'industria prodotti giusti. E di non imbrogliare



La performance "Gens de couleur" a Mantova. La stazione dell'alta velocità di Cordova. A sinistra: scalatori su un cartone pubblicitario a New York

la fedeltà a noi della nostra cliente, di quella signora carina che ha pagato in anticipo, prima di trasformarsi in un cane. Egon: Non necessariamente è pericoloso. E sai perché? Perché comunque, abbiamo ben poche possibilità di sopravvivere. Peter: E allora, sai che ti dico? Mi piace questo piano! Mi eccita. Mi piace farne parte. Traduciamolo subito in pratica! Ne ho avviate, di rivoluzioni. L'impor-

tante è mettere fuori gioco gli scettici e indurre i ribelli a caricare nella direzione giusta, evitando, ovviamente spargimenti di sangue. I conflitti violenti non servono. Come disse Homer Simpson, protagonista del cartoon "The Simpsons" e (per me) il più grande filosofo del mondo: «Se era tanto intelligente, come mai è morto?». Se però devo scegliere tra fare il leone o la pecora, preferisco fare il leone.

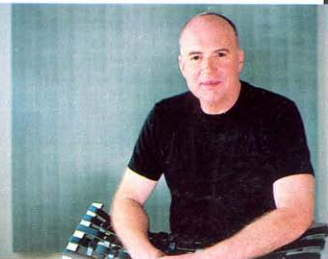
Ma se non si è disposti a cambiare radicalmente il proprio status quo, c'è il rischio che divenga un freno. Un giorno il presidente della Toyota mi disse: «Kevin, non sono affatto contento della Toyota come la vedo ora davanti a me: non va cambiata, va fatta una rivoluzione. Ecco dunque cinque idee per fare la rivoluzione nella vostra vita.

1. Se non si possono rompere le regole, si cambiano. È molto meglio rendere irrilevante la competizione che mettersi sul piede di guerra. Su questa tattica di lotta senza spargimento di sangue c'è un libro fantastico: "Blue Ocean Strategy", di W. Chan Kim e Renée Mauborgne, che parla dell'arte di reinventare. La chiave di tutto è eliminare quanto si dà per scontato, ridimensionare il superfluo, superare tutto ciò che è compromesso e creare cose mai offerte prima. Il famoso Cirque du Soleil ha eliminato gli animali per dare più lustro al rendere e arricchire il programma di nuovi temi, con fiuto e intelligenza, aggiungendo musiche, danze e produzioni varie. E in questo modo ha travolto i confini tra teatro e circo. In qualunque campo, la rivolta riduce i costi, accresce l'attrazione e richiama sostenitori in gran numero. E soprattutto, per colazione non ci sono morti.

2. Fare in modo che sia divertente. Ogni scherzo, diceva George Orwell, è una piccola rivoluzione. Ma il punto più importante è che la gioia dà uno slancio capace di travolgere l'egemonia, l'ortodossia e la repressione. Prova a chiederlo a DIY (Do ▶

Potere a chi compra

Kevin Roberts, neozelandese, appassionato di rugby, capo di Saatchi & Saatchi, è forse il creativo più famoso del mondo, è anche e soprattutto un teorico della rivoluzione dei consumatori. La tesi che sostiene e che mette in pratica nel suo lavoro è semplice: quando vuoi offrire un prodotto, devi partire dal linguaggio del suo potenziale compratore. A questo punto, da bravo semiologo, Roberts arriva alla conclusione che in realtà è il consumatore a creare il prodotto e a sviluppare una specie di fedeltà ad esso. Una rivoluzione nel mondo (non solo) della pubblicità.



Russell Crowe si è richiamato a questo concetto nel film "Il gladiatore". E David Ben Gurion lo ha applicato nella realtà, rispondendo a una domanda sull'aggressività della strategia difensiva israeliana: «L'assenza di alternative focalizza la mente». Una rivoluzione richiede coraggio e ottimismo, anche a fronte di imprese che sembrano impossibili. Pochi sanno che la combattente più decorata della Seconda guerra mondiale, e la più ricercata dalla Gestapo in tutta l'Europa, era la neozelandese Nancy Wake, al comando di 7 mila guerriglieri in Francia, che mettevano a segno azioni di sabotaggio contro i nazisti. Tra l'altro, compì l'impresa incredibile di percorrere in 72 ore 500 chilometri in bicicletta, superando i posti di blocco tedeschi, per consegnare messaggi di importanza cruciale per il lancio di rifornimenti. Oggi Nancy ha 94 anni e vive in una casa di riposo a Londra.

I più vorrebbero lottare per una vita migliore, senza estremismi violenti.



Un giorno, in un albergo di Toronto, presentando la Pepsi, ho preso a mitragliare la macchinetta della Coca

It Yourself, fai da te) ossia Inspirational Consumers, in tema di Rivoluzione dei Consumatori. Piace a tutti la possibilità di disegnare e aprire siti web, mixare cd musicali, creare film sullo stato dell'arte, inventare personaggi per i giochi e poi dire a tutti quanto sono irresistibili - oltre che insopprimibili, come ha appurato il grande business. Queste regole, si possono applicare dove si vuole. Ad esempio in Italia, dove le donne dedicano in media 21 ore settimanali a lavori domestici frustranti (cucina esclusa), contro le quattro ore delle americane. L'ora della rivoluzione è adesso. Forza, signore! Fate che qualcuno inventi un aspirapolvere con tanto di schermo tv, cuffia stereo e canali calcistici, e mettetevi al lavoro i mariti.

3. Il leader deve ispirare entusiasmo. Il problema del modello convenzionale di leadership è che una guida ha bisogno di seguaci; mentre i ribelli in genere non hanno la parola "gregario" tatuata sul sedere. L'entusiasmo dà slancio, comunica emozioni, e soprattutto è contagioso. Basti pensare ai movimenti ispirati da Martin Luther King, da Gandhi, da Bob Dylan. La chiave è aiutare chiunque creda in te a fare cose che credeva fuori dalla sua portata. Incitarli incessantemente a superare il proprio standard massimo per inseguire un sogno. Ci vuole coraggio, ma così si trasforma la propria vita rendendola divertente, appassionante, avventurosa e impegnata. Ho un amico esperto in "life skills", in tecniche per vivere meglio. Si chiama John Wareham e soffre di balbuzie. Ma ciò

non gli ha impedito di creare un programma di "life altering" per aiutare a cambiare vita ai detenuti di Rikers Island a New York, il penitenziario più grande del mondo. Come definire l'entusiasmo? Uno che soffre di balbuzie, eppure si mette a insegnare a un branco di criminali a parlare in pubblico! Per chi ha toccato il fondo, è la luce alla fine del tunnel. Come diceva Saul Alinsky, autore di "Rules for radicals": «Gli ultimi non fanno una bella fine».

4. Credere che esiste il tasto giusto da battere. Da quando è stato pubblicato il fondamentale libro di Malcolm Gladwell "The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference" (Il tasto giusto: come le piccole cose possono fare una grande differenza), l'idea ha messo le ali. Le rivoluzioni hanno bisogno di tempo per attecchire, ma quando viene il momento si propagano come il fuoco. Per Kevin Kelly, della rivista "Wired", si avranno più cambiamenti in campo scientifico nei prossimi 50 anni che nei quattro ultimi secoli. Qual è stata in America l'immigrata di maggior successo? La pizza, che i napoletani vendevano per strada. Negli anni Quaranta stentava a farsi largo, ma alla fine degli anni Cinquanta aveva conquistato l'America. Oggi gli americani che mangiano una pizza almeno una volta al mese sono il 93 per cento. Non rinuncia-

re mai alla tua rivoluzione. Se è vero che l'acqua, goccia dopo goccia, può logorare una montagna, praticamente non esiste alcun problema irrisolvibile, purché si trovi un numero sufficiente di persone disposte a impegnarsi. L'abbiamo visto nel

caso di Band Aid (formato da vari musicisti, uniti per scopi benefici, e che ha eseguito una sola canzone: "Do They Know It's Christmas?"). Lo vediamo nell'azione per rimuovere le mine in Africa. Certo non tutte insieme, ma una alla volta.

5. Badare sempre alla sicurezza. Alla fine degli anni Ottanta, sulla linea del fronte nella battaglia tra Pepsi e Coke, in un albergo di Toronto ho preso a mitragliare una macchina distributrice di Coca-Cola. La gente si buttava sotto i tavoli o correva verso le porte. Ma i colpi erano a salve, e c'era la polizia cana-

dese a cavallo con tanto di armi in resta. All'inizio degli anni Novanta, ho portato dal fabbricante di birra australiano Lion Nathan un leone vivo. Era al guinzaglio. L'anno scorso, sempre a Toronto, un direttore creativo di livello internazionale spiegò la scarsa presenza delle donne nel suo campo, definendole «feccia» e accusandole di essere «sempre pronte a defilarsi» per «andare a ciucciare qualcosa». Si è dovuto dimettere. Ragazzi, se dovete lubrificare la vostra arma mentre scalate un bastione, badate a non spararvi nel di dietro.

Vorrei tornare ora al pensiero iniziale sulla mia cacciata dalla scuola. Quando mi espulsero, il preside mi tolse la mia maglia da rugby. Fu un'umiliazione, anche perché ero il capitano della squadra. Quattro anni fa mi hanno rintracciato per convincermi a tornare in quella stessa scuola a parlare agli studenti. Ci sono andato, e ho assistito a una partita di rugby. Alla fine mi hanno chiamato nello spogliatoio; il capitano si è sfilato la maglia e me l'ha data, in cambio di quella che mi era stata tolta quarant'anni prima. Ero profondamente commosso. Ecco cos'è una rivoluzione.

traduzione di Elisabetta Horvat



Sfilata di moda a Parigi. A sinistra: una motocicletta ibrida giapponese