

È l'attitudine più corretta in un contesto problematico e di disagio che riconduce a ricucire le ferite, a riconoscere i danni, a recuperare l'arte della manutenzione

Francesco Morace | @francescomorace

# Riparazione è la nuova Erre per il 2022



>  
Riparazione significa  
anche essere in  
grado di ricomporre  
le fratture come  
nell'arte giapponese  
del Kintsugi

**S**esso abbiamo ripreso in questi mesi una riflessione che curiosamente è punteggiata da una lettera: la Erre. La lettera iniziale di molti termini strategici nello scenario attuale: Riflessione, ma anche Relazione, Reciprocità, Riconoscimento, Rilevanza, Risonanza, Responsabilità... Eppure, alla fine dell'anno appena

trascorso, la Erre che vogliamo sottolineare è quella che ci indica un'unica grande attività: la Riparazione. Siamo in un tempo in cui la Riparazione sembra essere l'attitudine più corretta in un contesto che continua a essere problematico e, in alcuni casi, di grande disagio. Riparazione come capacità di ricucire le ferite e ricomporre le fratture come i giapponesi sanno fare meravigliosamente nella loro arte del Kintsugi,

utilizzando addirittura i fili d'oro zecchino. E poi: Economia di Riparazione nel senso di riconoscere i danni economici arrecati al pianeta, alla società, alle persone, prendendo decisioni altrettanto economiche, cioè nella dimensione del business, con l'intenzione coraggiosa di restituire e riparare, riconoscendo gli errori del passato. In questo alveo, nascono le B-Corp che scelgono volontariamente di produrre benefici di carattere ambientale e sociale mentre raggiungono i propri risultati economici. Una certificazione che punta a difendere e sostenere giuridicamente le aziende che manifestano questa intenzione, difendendole dalle pretese di performance degli stakeholder che spesso non riconoscono questo nuovo paradigma. Ma il termine Riparazione contiene anche l'idea di recuperare l'arte della manutenzione (ad esempio della motocicletta... per citare Pirsig, autore del libro di culto dedicato a questi temi) e ancor più nel riconoscere i nostri limiti e le nostre lacune, come quando da ragazzi venivamo rimandati a settembre, e dovevamo affrontare gli esami di riparazione. Con umiltà e dedizione, con pazienza e impegno.

### È TEMPO DI CAMBIARE TONO

Per decenni la comunicazione e il marketing hanno invece marciato nella direzione opposta: privilegiando l'impatto fino ai limi-



**Ragionare sull'inclusione, riconoscere i danni economici arrecati nel passato al nostro pianeta, recuperare l'arte della manutenzione, sono tutti segnali di Riparazione che caratterizzeranno questo anno appena iniziato**

ti dell'aggressività, alla ricerca spasmodica della provocazione, della rottura, della "Bestia" e dell'odio, scagliando "pietre dello scandalo" che miravano a distruggere, non certo a riparare. Senza mai riconoscere i propri limiti, i propri errori, i propri inganni. Ecco, è venuto il tempo di cambiare tono e direzione, di riconoscere la superficialità di molte affermazioni, la vacuità di molte promesse, l'inganno di molta comunicazione. Si tratta di sciacquare i panni in Arno

per un mondo di committenti e di agenzie, di manager e di creativi che in modo spregiudicato hanno guardato al green washing e ad ogni altra forma di lavaggio precipitoso delle coscienze, non più sostenibili nella dimensione di etica aumentata che il marketing e la comunicazione dovranno abbracciare come proprio esame di riparazione. Questo passaggio può contare su giovani generazioni impegnate nei valori e disincantate nella percezione, maestre nello svelare il trucco o l'inganno, nel decifrare i bias cognitivi del digitale e degli algoritmi che rappresentano ormai la loro dimensione esistenziale e che merita anch'essa di essere riparata. Le ultime sentenze che tendono ad arginare lo strapotere delle Big Tech cominciano a indicare la strada, così come il lavoro sempre più serio e approfondito di molti imprenditori, top manager e operatori che considerano i 17 obiettivi dell'Agenda 2030 come parte integrante della vision e della mission aziendale.

In ultimo, anche la politica propone qualche timido tentativo di riparazione: nel ragionare sull'inclusione, nel difendere la dignità del lavoro, nel propugnare diritti umani e civili, nel colmare il gap di genere, nel proporre una visione più estesa e articolata della sostenibilità. Segnali ancora troppo deboli, ma tutti nella stessa direzione, e non solo per celebrare lo spirito natalizio appena concluso.



Fonte: Future Concept Lab