

Introduzione

Rinascimento Oggi nasce dalla semplice constatazione di come sia umanamente restrittivo e obsoleto il termine «consumatore», frutto di un'economia d'impresa orientata alla massimizzazione del profitto a breve termine e che, salvo eccezioni, non considera come il «consumatore» e il collaboratore di un'impresa siano in realtà persone, ovvero esseri umani integrali da servire e rispettare, «ascoltando» a fondo le loro necessità emotive, razionali ed etiche per tendere a soddisfarle in piena consapevolezza nel modo più completo possibile.

La persona, in qualche modo interessata professionalmente o come fruitore dei servizi e dei prodotti di un'impresa, se trova in questi la soddisfazione delle proprie necessità, offrirà all'impresa la propria fedeltà, dimostrandola in fiducia e opinione positiva, e se cliente finale anche in desiderio di acquisto e acquisti ripetuti, base del profitto da interpretare in modo nuovo non solo come risultato finanziario, ma come «premio» offerto per la soddisfazione delle proprie necessità concretamente ottenute nelle tre aree della psiche.

In questa prospettiva, ci troviamo decisamente nel nuovo territorio di un'economia umanistica o, se preferiamo, di un nuovo umanesimo, in cui la soddisfazione completa delle persone in vari modi interessate all'impresa e ai suoi prodotti, che chiamiamo stakeholder, è l'effetto misurabile di una visione e metodo che, partendo dall'attento «ascolto» delle loro necessità integrali, sia decisamente orientata alla loro completa sod-

disfazione, che chiamiamo Human Satisfaction, e che trova le sue «radici» nell'umanesimo rinascimentale, come dimostrano i Grandi Artisti, che erano anche grandi imprenditori. Il loro esempio, idee e creatività sono nel testo da varie angolazioni in modo multidisciplinare descritti e indicati come fonte di una possibile e auspicabile emulazione da parte di imprenditori, manager, professionisti, e anche giovani e persone che potranno attingervi e trovare energia positiva per lo sviluppo dei loro progetti personali e d'impresa.

Il libro presenta, in una sorta di «tavola rotonda» orientata al tema, il pensiero di docenti e professionisti: Marzio Bonferroni, Giacomo Manara, Raffaella Pederneschi, Valentina Sessa, Andrea Sparvoli, Alberto Torresani e Marco Vitale.

Marzio Bonferroni

marzio.bonferroni@gmail.com