

FILOSOFIA IN

B U S I N E S S F A S H I O N !

Raffaele Tovazzi
filosofo esecutivo



L'altro giorno sull'*Evening Standard*, il giornale che distribuiscono nella metro qui a Londra, leggevo un articolo che raccontava di come sia cambiato il look dei manager nella city. In particolare si faceva notare come entrando negli uffici risulta sempre più frequente incontrare giovani professionisti che non indossano scarpe nere, che rinunciano ai gessati alla Al Capone e che, udite udite, hanno addirittura rinunciato alla cravatta. Verrebbe da dire "non ci sono più i manager di una volta!", ma evitando le frasi fatte, ti ricordo che la scelta dell'abito con cui si va al lavoro è una questione tutt'altro che superficiale: un po' come il costume dei supereroi, quel che indossi ogni giorno è un veicolo simbolico di valori e definisce, che tu lo voglia o no, il tuo posizionamento nel mercato. Quello di cui parla l'*Evening Standard* è un cambio di paradigma nel mercato del lavoro, con l'abbandono della cravatta che fino a qualche tempo fa era un *must have*, al pari delle scarpe lucide di colore nero (*never wear brown in town!* dicono i manager a Londra), per chiunque volesse apparire credibile nel mondo del business. Oggi si è però capito che "l'abito non fa il business" e, anziché vestirti per la posizione che desideri occupare, dando vita ad ampollosi eccessi tipici degli anni 80, è molto più smart vestirsi come si veste il tuo cliente. Le neuroscienze definiscono infatti questa mossa "ricalco estetico": la corrispondenza nel modo di vestire tra te e il tuo interlocutore crea infatti una naturale sintonia che si traduce in un clima di fiducia reciproco. Indossare la cravatta, quando il tuo cliente non la indossa, non crea più autorevolezza, bensì distanza... Forse perché tanti sono stati fregati dalla "gente in cravatta" e la credibilità oggi non è più un fatto di apparenza, ma di sostanza. Per fortuna.