

COMITATO SCIENTIFICO U.P. PROMETEO



NETWORK MARKETING: PARADIGMA ANTROPOSOFICO



Il futuro nelle nostre mani

PROMETEO

Lavoro originale della:

Dott.ssa Nastia Alessandra Coaro

Biologa

Ricercatore Indipendente

Membro del Comitato Scientifico U.P. PROMETEO

SOMMARIO

Un mondo che cambia	Pg. 3
Concetti estesi di lavoro e apprendimento	Pg 3
Trasformazione del mondo del lavoro	Pg 4
<ul style="list-style-type: none"> • La Prima grande trasformazione <ul style="list-style-type: none"> *Le cause tra innovazione tecnologica e terziarizzazione *Fu una vera rivoluzione? • La Seconda grande trasformazione <ul style="list-style-type: none"> * La crisi del paradigma della subordinazione * La portata del cambiamento e le sfide future • Conclusione 	Pg 4 Pg 4 Pg 5 Pg 5 Pg 6 Pg 7
Origini del Network Marketing	Pg 8
Il Network marketing oggi	Pg 8
Creazione del Network	Pg 9
Caratteristiche del NM	Pg 9
L'Antroposofia come chiave di lettura del NM	Pg 10
Network Marketing "La sfida per una grande opportunità"	Pg 13
L'IO del Networker	Pg 14
NM: non è più Mission Impossible	Pg 16
Bibliografia	Pg 17

.....*gli impulsi spirituali dovrebbero concretarsi in realizzazioni pratiche....., si vuole dimostrare che l'Antroposofia, scienza dello spirito, offre un lavoro utile e positivo anche al movimento scientifico-culturale adeguato al contesto sociale nella trasformazione del mondo del lavoro.....(R.Steiner)*

UN MONDO CHE CAMBIA

Il mondo sta cambiando. A tutti i livelli, tali cambiamenti stanno avvenendo più rapidamente di quanto mai fosse accaduto in precedenza. E' proprio dei nostri tempi il fatto che tutto debba essere nuovamente penetrato con la coscienza. I mutamenti principali nel mondo del lavoro non riflettono solo gli sviluppi economici, ma anche quelli sociali, culturali e spirituali. Rudolf Steiner ha descritto il clima spirituale dei nostri tempi in termini di Età dell'Anima Cosciente (1). L'Anima Cosciente è il riflesso dello Spirito, a suo mezzo l'uomo coglie in sé la consapevolezza di essere non più soltanto un portatore di io ma il mezzo tramite il quale l'IO divino prende coscienza di sé, sa di essere lo specchio del divino. L'anima cosciente si serve degli strumenti fisici del corpo fisico (cervello) per agire ed imporsi nel mondo (2).

Tale epoca è così caratterizzata da una crescente individualizzazione, da una frammentazione delle forze umane del pensare, del sentire e del volere, e da sempre più frequenti accadimenti, spesso inattesi di esperienza spirituale diretta. In un certo senso i mutamenti dell'ambiente spirituale precedono e influenzano tutti gli altri mutamenti sociali ed economici. L'educazione è parte dell'ambiente culturale e, come tale, risulta profondamente influenzata dal mutamento dello spirito dei tempi. L'educazione ha spesso manifestato una tendenza alla retrospezione storica, invece di guardare al futuro. Si è trovata spesso obbligata a reagire al cambiamento sociale invece di cercare di determinarlo. L'educazione ha davvero a che fare con il potenziale assopimento della generazione più giovane e su questa circostanza si gioca il futuro della società. Poiché fa parte dei cambiamenti globali, i mutamenti nel mondo del lavoro hanno delle conseguenze per l'educazione che deve cambiare perché l'attuale clima spirituale richiede di rivisitare il nostro concetto complessivo di apprendimento e di lavoro (1).

CONCETTI ESTESI DI LAVORO E APPRENDIMENTO

Che cosa intendiamo con la parola "lavoro"? Nel suo senso più pieno, lavoro significa qualsiasi attività pratica, dotata di senso, e svolta nel mondo al servizio degli altri. Naturalmente, possiamo anche lavorare per e su noi stessi. In generale, lavoriamo ogni volta in cui ci adoperiamo attivamente per superare una qualsiasi forma di resistenza. Ciò è vero, sia per il lavoro fisico, sia per l'attività del pensare. Il lavoro, pertanto, è anche una questione di trasformazione. In questa sede ci riferiamo al

termine lavoro per sentirci, nello specifico, ad un'attività svolta al servizio degli altri. Che legame sussiste tra lavoro ed apprendimento? Lavorando, abbiamo la possibilità di apprendere. Lavoro e apprendimento sono legati tra loro, nel senso che dobbiamo sempre lavorare per apprendere. Apprendendo, cambiamo. Lavorando, cambiamo il mondo. Un movimento dotato di senso e indirizzato ad uno scopo è una forma di lavoro ed il movimento è la base di ogni forma di apprendimento. Rientra tra i compiti centrali dell'educazione sviluppare ulteriormente i principi dell'apprendimento per il lavoro e mediante il lavoro. Il significato del lavoro per lo sviluppo umano deve essere meglio compreso (1).

TRASFORMAZIONE DEL MONDO DEL LAVORO

Per poter descrivere ed analizzare la trasformazione che il lavoro contemporaneo sta attraversando è necessario in primo luogo poter individuare una sua cronologia essenziale. Troppo spesso, infatti, si individuano quali caratteristiche della trasformazione attuale trend riscontrabili già ampiamente alcuni decenni fa. A tal fine questo contributo vuole essere un primo tentativo di una periodizzazione della grande trasformazione del lavoro. I cambiamenti che hanno iniziato a verificarsi nei sistemi produttivi e nella divisione del lavoro, a partire dagli anni '80 sono diversi da quelli a cui stiamo assistendo oggi, pur in una logica evolutiva con conseguenti caratteristiche simili. In particolare, possiamo identificare una prima grande trasformazione nell'arco temporale 1980-2005 e una seconda grande trasformazione a partire dalla seconda metà del primo decennio del XXI secolo e che è tutt'ora in corso (3).

1. La Prima Grande Trasformazione (1980-2005)

A partire dagli anni '80 il mercato del lavoro inizia a manifestare diversi cambiamenti che inducono gli studiosi a parlare di **post-fordismo** intendendo con esso la fine della produzione di massa tipica della catena di montaggio dell'industria novecentesca. Con essa entra in crisi il mito dell'**operaio-massa** come operaio-macchina che ha come compito quello di ripetere meccanicamente la stessa operazione e, per questo motivo, può essere pedina di un sistema manageriale *scientifico* e praticato dalle grandi industrie su scala internazionale (3).

1.1 Le cause tra innovazione tecnologica e terziarizzazione

Le cause di questa trasformazione possono essere individuate in due fenomeni: lo sviluppo tecnologico e la terziarizzazione dell'occupazione. Il primo fenomeno è tra i più studiati dai sociologi ed è tale da ripetersi sempre nel corso della storia dell'economia (infatti non è estraneo alla seconda trasformazione) e consiste nel rapporto diretto tra innovazione tecnologica dei mezzi di produzione e sconvolgimenti nell'organizzazione del lavoro umano. Lo sviluppo tecnologico degli anni '80-90, con l'introduzione del computer nella gestione della produzione ha fatto sì che l'organizzazione scientifica del lavoro, fino ad allora garantita da una minuziosa gestione spazio-temporale dei semplicissimi compiti degli operai, potesse essere gestita da un sistema informatico che governava le macchine. Questo cambiamento, possibile certo grazie ad una parallela innovazione delle macchine stesse, permetteva un aumento della produttività e allo stesso tempo un risparmio sul costo del lavoro, dettato soprattutto dalla fuoriuscita di molti lavoratori, non più necessari, dal mercato. Ciò ha fatto sì che a coloro rimasti nelle industrie manifatturiere fossero richieste competenze maggiori per poter controllare e partecipare alla gestione del nuovo sistema di produzione. Questo ha portato a nuove forme di organizzazione come il Total Quality Management (TQM), il Just in Time (JiT) delivery e la *lean production* che hanno segnato gli anni 80-90 e prodotto un ampio dibattito scientifico nel mondo anglosassone. L'entusiasmo per i nuovi modelli di produzione della Toyota e in generale del management nipponico, insieme alle sue critiche, hanno caratterizzato la letteratura di questo

periodo, e possiamo per questo parlare di una coscienza critica della trasformazione. Ulteriore causa della trasformazione, e in parte legato a quanto appena detto, è stato l'affermarsi dell'**economia dei servizi** come settore principale nel quale il mercato del lavoro opera. In una celebre copertina dell'*Economist* già nel 1983 si parlava di *New economy* per descrivere il fenomeno del passaggio di consegne tra questi due settori dell'economia nel monopolio del mercato del lavoro. Tale cambiamento ha avuto conseguenze centrali per il mondo del lavoro moderno, concentrando sempre di più le competenze richieste al lavoratore nel campo delle competenze intellettuali rispetto a quelle fisiche richieste dalla grande industria. Possiamo individuare tale cambiamento come il fenomeno principale della prima grande trasformazione, poiché conseguenza principale di entrambe le cause che abbiamo descritto, ossia, in sintesi: l'emergere della centralità del lavoratore nei sistemi produttivi generato dall'aumento delle competenze richieste a causa dell'innovazione tecnologica e della terziarizzazione dell'economia (3).

1.2 Fu una vera rivoluzione?

La conseguenza che possiamo trarre dall'osservazione delle trasformazioni degli ultimi vent'anni del XX secolo è che si realizzarono tutte sostanzialmente all'interno del modello capitalistico proprio del secolo. Il sistema classico di domanda e offerta all'interno del mercato del lavoro fece sì che molti lavoratori passassero dal settore manifatturiero al settore dei servizi, o, peggio, venissero espulsi dal mercato. L'economia dei servizi degli anni '90 e dei primi anni 2000 è caratterizzata infatti dal predominio della categoria giuridica della subordinazione, forma contrattuale propria dell'industria novecentesca. I mezzi di produzione infatti, anche in questi settori, restano quasi totalmente nella proprietà dell'imprenditore, e non potrebbe essere altrimenti poiché il capitale fisso è caratterizzato ancora da un elevato prezzo. Se quindi da un lato troviamo un maggior riconoscimento delle competenze individuali, soprattutto in certi settori della manifattura di precisione e nel terziario avanzato, dall'altro già negli anni '90 si iniziava a parlare di un fenomeno di cui oggi si discute molto, come se fosse contemporaneo: la polarizzazione del lavoro. Possiamo quindi riassumere, sempre sintetizzando molto il ragionamento, che la trasformazione che il mondo del lavoro ha subito in questo arco di tempo è stata sicuramente fondamentale e ha delineato uno scenario molto differente da quello del fordismo, ma allo stesso modo il post-fordismo così come si è sviluppato non è stato protagonista di una rivoluzione socio-antropologica come quella che viviamo oggi, poiché non ha determinato uno stacco marcato dal modello novecentesco (3).

2. La seconda Grande Trasformazione (2006-oggi)

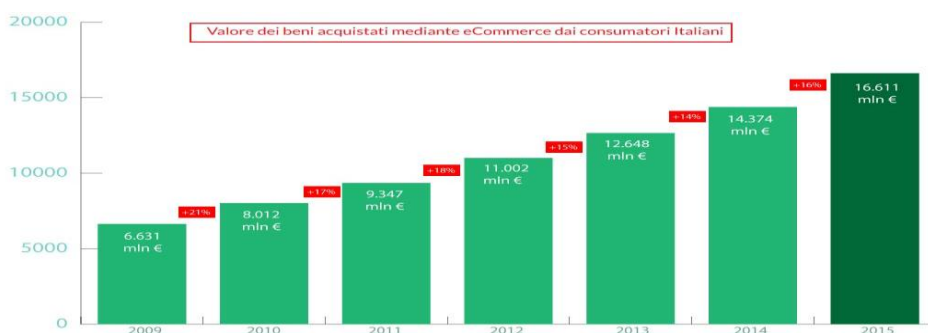
Dopo aver descritto, in estrema sintesi, quelle che riteniamo essere le linee guida principali della prima grande trasformazione è ora necessario rivolgersi alla **trasformazione ora in atto**. Svolgere questo compito è sicuramente più complesso in quanto significa accingersi a descrivere un fenomeno ancora in corso e, per questo motivo, esimendosi dal fornire un giudizio complessivo. Ci si può limitare quindi a mostrare quali sono gli aspetti che fanno pensare ad una trasformazione del lavoro molto più radicale, che investe non solo la dimensione economica e i sistemi produttivi, ma la società stessa fino a delineare una visione nuova del rapporto tra uomo e lavoro (3).

2.1 La crisi del paradigma della subordinazione

Abbiamo scelto di porre come inizio di questa nuova grande trasformazione il periodo successivo al 2005 poiché è in questo momento che, attraverso la diffusione della rete internet sugli *smartphone*, possiamo considerare la connettività come una azione esercitabile da ogni essere umano in (quasi) tutti i luoghi. Non si tratta della data di lancio del primo *smartphone* (che risale ai primi anni '90) ma dell'anno in cui possiamo notare l'inizio del calo dei costi di utilizzo del web su mobile e allo stesso tempo del miglioramento delle prestazioni, in modo che la connettività di un device portatile era

diventata pressoché quella di un pc. La diffusione delle rete internet di per sé aveva contribuito molto alla diffusione di conoscenza e strumenti che, senza di essa, erano difficilmente raggiungibili, ma lo strumento dello smartphone, insieme al tablet e agli strumenti che consentono connessioni internet ovunque via laptop, ha conseguenze centrali sul mondo del lavoro contemporaneo.

La principale conseguenza dell'uso di questi strumenti è che, in larga parte, il lavoratore oggi possiede i mezzi di produzione. Questo discorso vale ovviamente per l'economia dei servizi, ma consideriamo questa il settore principale nel quale si muove il mercato del lavoro oggi. Se viene messa in crisi la dipendenza del lavoratore dai mezzi di produzione dell'imprenditore inizia a crollare drammaticamente tutto un modello. Infatti è la proprietà dei mezzi di produzione che impone un determinato luogo di lavoro ed un determinato orario, in quasi tutte le professioni. Il fatto che la maggior parte delle attività lavorative possa essere svolta attraverso uno strumento elettronico connesso alla rete, e che attraverso di esso, attraverso la tecnologia *cloud* si possa entrare in possesso e modificare la totalità delle informazioni necessarie per svolgere la propria attività ha una portata rivoluzionaria. L'economia della conoscenza non è più una componente centrale nel lavoro dipendente, come poteva essere nei sistemi industriali più avanzati fino all'inizio del XXI secolo, ma acquista uno spazio proprio nel mercato del lavoro creando figure che non possono essere chiaramente qualificate né come lavoratori dipendenti né come lavoratori autonomi e che richiedono una adeguata riflessione da parte della giurisprudenza per individuare una forma contrattuale che risponda a tali novità. A ciò si aggiunge come attraverso lo sviluppo di attività imprenditoriali legate all'uso di internet e degli smartphone, il capitale fisso necessario per avviare un proprio business spesso venga ridotto, poiché si modifica completamente la richiesta di servizi da parte di consumatori. Pensiamo all'impatto che ha avuto Ebay, grazie al quale chiunque può mettere in vendita un prodotto di sua proprietà, allungando in questo modo il ciclo di vita dei prodotti e creando un mercato interno che è slegato dai classici processi di produzione industriale. In generale il modello dell'e-commerce si pone come una rivoluzione del sistema della domanda di beni, per cui non vi è più un canale diretto tra produttore e mercato, ma questo viene mediato da una piattaforma tecnologica che diventa centrale nel processo di vendita ma che può essere creata e gestita senza il possesso dei mezzi di produzione industriale, ma solamente di quelli tecnologici. Questi due fenomeni socio-economici, tra loro strettamente legati, scardinando la logica della subordinazione, a nostro parere, contribuiscono ad una crisi irreversibile del paradigma fordista e, nei suoi limiti sopra descritti, post-fordista aprendo ad una fase nuova e che ancora non possiede un nome (3).



2.2 La portata del cambiamento e le sfide future

È evidente dalla breve descrizione fatta che, se proseguiranno in questa direzione, questi trends della seconda grande trasformazione prenderanno sempre più la forma di una rivoluzione sociale e antropologica. Riteniamo che questa possa essere letta come una rinnovata centralità della persona del lavoratore (con una scarsa e sempre più ridotta differenza tra imprenditore e dipendente) che, grazie all'utilizzo della tecnologia, possa dare spazio alle proprie inclinazioni professionali e alle proprie

competenze, e allo stesso tempo, sempre grazie alle informazioni e alla condivisione che essa consente, di accrescere sempre di più tali competenze.

È oltremodo evidente come questa fase di transizione non si possa attraversare senza numerose fasi critiche. Infatti la crisi di un paradigma socio-economico, a differenza di uno scientifico, ha un diretto impatto sulla vita degli esseri umani, e questo impatto inizia ad essere sotto gli occhi di tutti. Un numero sempre più grande di professioni e mestieri viene reso obsoleto dallo sviluppo tecnologico, principalmente nel settore manifatturiero ma anche in quello dei servizi. (pensiamo all'impatto che possono avere i robot, o all'impatto che l'e-commerce ha sulle attività di vendita al dettaglio). Lo spazio che le tecnologie aprono alla persona nel suo approccio al mondo del lavoro infatti, consentono sì una maggiore libertà di iniziativa, ma allo stesso tempo richiedono una maggiore responsabilità in quanto la garanzia di una occupazione sarà la prassi in sempre meno settori e sempre più sarà centrale la capacità di monetizzare le proprie competenze.

Contrariamente a quanto si potrebbe dedurre dalla descrizione effettuata, la responsabilità che le tecnologie affidano alla singola persona non devono condurre ad un modello individualista, ossia alla continuazione dell'*homo economicus* con altri mezzi. L'utilizzo collettivo della rete internet, la condivisione di informazioni, lo scambio e la funzione gratuita di informazioni che fino a poco tempo fa erano considerate private sta conducendo verso un modello economico che ha nella socialità la sua dimensione principale. Del resto pratiche come il *coworking* e il *crowdfunding* si sono sviluppate a partire da questa seconda fase della trasformazione, che quindi presenta indubbiamente ampi spazi a modelli sociali non-individualisti. Allo stesso tempo alcuni dati recenti mostrano come nuove forme imprenditoriali basate sulle nuove tecnologie, da ultime Facebook e Uber, contribuiscono a formare posti di lavoro, e non solo a distruggerli (3).

3. Conclusione

Abbiamo tentato di descrivere quella che a nostro parere può essere una convincente periodizzazione della trasformazione del lavoro contemporaneo, a partire dagli anni '80. È apparso chiaramente come l'impatto delle nuove tecnologie nella forma di internet e degli smartphone implichi profondi cambiamenti nel rapporto tra l'uomo e il lavoro. È altresì evidente come non siano da negare le evoluzioni che i cambiamenti nell'organizzazione della produzione hanno portato durante la fine del XX secolo, ed è possibile affermare che non possiamo leggere le due trasformazioni come eventi che tra loro non hanno legami. Possiamo dire che la prima grande trasformazione ha contribuito ad avanzare i primi dubbi sul paradigma fordista, tanto da far parlare di post-fordismo. Allo stesso tempo la permanenza del termine *fordismo* all'interno della definizione di questa nuova era rivelava il fatto che si fosse ancora nelle battute finali di tale fase.

Il tema trattato ha bisogno di numerosi approfondimenti su diversi fronti: una caratterizzazione più dettagliata dei nuovi modelli di produzione del post-fordismo, il ruolo dei processi di esternalizzazione dei servizi, l'analisi dei cambiamenti dei cicli di vita dei prodotti, l'ampiezza della diffusione effettiva delle tecnologie che caratterizzano la seconda grande trasformazione, la possibilità di diffusione di esse su scala globale, l'impatto che questa trasformazione avrà sulla legislazione del lavoro, come questo nuovo lavoro possa essere rappresentato da un sindacato moderno. Ma soprattutto ci interessa capire quali sono i cambiamenti che questa trasformazione chiede alle politiche del lavoro, in modo da tentare di limitare il più possibile i rischi di un cambiamento improvviso e, allo stesso tempo, accompagnarlo senza esserne schiavi (3).

ORIGINI DEL NETWORK MARKETING

Aiutare gli altri a vendere per guadagnarsi la libertà. Questo il *leitmotiv* di una rivoluzione che vede le sue origini nel 1934 ad opera del dottor **Carl F. Rehnberg**, fondatore di *Nutrilite*. Il dottor *Rehnberg*, trascorse 10 anni in Cina, dove intuì il ruolo da protagonista che gli integratori alimentari potevano avere sul mercato occidentale, e fondò così la sua compagnia. Solo 10 anni più tardi però, inventò un nuovo sistema di vendite, che rivoluzionò il mondo del business. Nacque il **Network marketing**, una nuova via per pubblicizzare un prodotto, **basata esclusivamente sul passaparola**.

L'idea si rivelò vincente ed il tempo diede ragione al dottor *Rehnberg*, ciò nonostante l'ascesa della sua compagnia venne frenata da un interminabile processo. Causa l'incerta situazione aziendale, due distributori di prodotti *Nutrilite*, che in seguito divennero due padrini di questo **innovativo business model**, *Jay Van Andel* e *Rich De Vos*, decisero di portare avanti l'idea, fondando una propria compagnia. Nacque così la '*The American Way*', in seguito '**Amway**', non solo una semplice contrazione, ma l'acronimo di quello che è alla base della corporate culture dell'azienda americana con quartier generale ad Ada, nel Michigan: **I'm the Way', io sono la via**, in quanto ogni venditore si proponeva come mentore ai suoi lead.

Correva l'anno 1959, ed il primo prodotto *Amway*, un semplice detergente multiuso, conosciuto come **L.O.C. (Liquid Organic Cleaner)** riscosse il successo necessario ad aprire, alla neonata Compagnia, una nuova strada verso un mondo di opportunità. *Van Andel* e *De Vos* vollero condividere questo successo con coloro che avevano la loro stessa visione: **le relazioni interpersonali sono alla base del business**. Perfezionarono così un originale modello d'impresa, alla base del quale c'era un **reclutamento continuo di venditori-distributori** (detti networkers) i quali a loro volta recluteranno nuovi venditori-distributori (4).

PROMETEO IL NETWORK MARKETING OGGI

Il Network marketing è un sistema, un metodo legale commerciale di guadagno, in Italia tutelato dalla legge 173 del 2005 basato sulla creazione di una rete di contatti quali consumatori e consumatori/partner di prodotti o servizi attraverso lo scambio di informazioni, di storie personali ovvero attraverso il passaparola.

E' l'unione di condivisione di informazioni e di cooperazione che creano un TEAM, un agglomerato di imprenditori che coopera per la riuscita personale e collettiva.

La suddetta legge rende illegali organizzazioni che "configurano la possibilità di guadagno attraverso il puro e semplice reclutamento di altre persone" e vieta obblighi di corrispondere all'azienda, per il reclutato, somme di rilevante entità in assenza di una reale controprestazione al momento del reclutamento o per restare a far parte della struttura (Legge 173 2005).



CREAZIONE DEL NETWORK

In primis il Network deve avere una sua ragione d'essere. Perché è stato creato? A cosa serve? Senza un obiettivo chiaro è destinato a morire.

L'aspetto essenziale è la costruzione di un network, un team, una squadra, un esercito di persone rappresentanti quel prodotto, quel servizio da condividere con gli altri. Network Marketing significa non usare la propria rete per vendere, ma per far sapere quello che si sta facendo, per chiedere consigli e feedback sui prodotti rappresentati, per offrire prove gratuite, per chiedere Guest Post, per invitare a Share e fondamentalmente per arruolare le persone nella rete come alleati al marketing (definito da Wikipedia come "the process of communicating the value of a product or service to customers, for the purpose of selling the product or service" ovvero COMUNICAZIONE). Non si vende alla rete, si vende attraverso la rete, sponsorizzando le persone che amano determinati prodotti o servizi affinché ne parlino ad altri ed è per questo che il NM è un vero business di vincita da entrambi le parti.

Del resto il passaparola è la forma di promozione più potente al mondo. Il NM è caratterizzato dall'esperienza vera ed autentica e dall'entusiasmo dei Networker, senza il quale non sarebbe possibile costruire un NM di successo.

E' un business DUPPLICABILE e SCALABILE.

La chiave di successo del NM è ciò che riesce a duplicare, quello che il Networker riesce a fare in aggiunta a quello che riescono a fare i membri della sua rete.

Trattasi di duplicazione di impegno, di focalizzazione e di perseveranza del Networker stesso, impegnato, focalizzato e perseverante. Tecnica e attitudine portano alla riuscita del NM.

Deve anche operare su qualunque scala, su qualsiasi generazione di collaboratori .

E' la costruzione di un'impresa data dall'affiliazione commerciale tra gente comune.

CARATTERISTICHE DEL NM

- Possibilità di svolgere l'attività part time
- Possibilità di conservare e di gestire altre attività
- Nessun rischio finanziario per il Networker né per la sua famiglia
- Attività flessibile nella gestione del tempo, quando e quanto lavorare. E' un lavoro e come tale deve essere gestito e richiede organizzazione, pianificazione e svolgimento costante.

- Capitale iniziale minimo rispetto ad una tradizionale impresa ma minimo non è inesistente.
- Crea ed offre una redistribuzione di ricchezza e di benessere e dà a chiunque la possibilità di assumere la gestione della propria vita e del proprio futuro finanziario scegliendo quanto si vuole guadagnare dall'attività che si svolge.
- E' un'attività in cui si guadagna mentre si impara: si inizia percependo un piccolo reddito mentre si impara a costruirne uno più grande. Si impara a svolgere questa attività facendola. E' un'attività nel fare.
- Permette lo sviluppo personale: lo sviluppo di sé è cruciale per la crescita della propria attività. Si cresce attraverso l'azione, mettendo in pratica le informazioni che si ricevono
- Permette la scelta di associazione, di collaborazione
- E' un'attività che richiede tempo. Il successo finanziario, stabile e consolidato, si misura dal numero di passi, dalla direzione scelta e dal tempo che si è disposti ad attendere perché si realizzi.

L'ANTROPOSOFIA COME CHIAVE DI LETTURA DEL NM

Dagli anni 30 il Network Marketing è divenuto parte integrante della nostra società, in cui ancora oggi è attuale l'organizzazione secondo i principi della tripartizione di Rudolf Steiner. La società non viene gestita in maniera centralizzata dallo Stato o da un élite, bensì da tre sottosistemi autogestiti e relativamente autonomi che si bilanciano reciprocamente. Questi sottosistemi vengono detti anche domini o sfere sociali. A tal proposito ognuna di queste sfere sociali dev'essere "*[...] centrata in sé. Soltanto dalla loro azione parallela e comune potrà poi risultare l'unità di tutto l'organismo sociale. Nella vita reale concorre a formare l'unità appunto ciò che apparentemente si contraddice*" (5).

Per chiarire meglio questa suddivisione e facilitare la comprensione dell'interazione delle sue parti in modo realistico, Rudolf Steiner, propose una similitudine tra l'organismo sociale e l'organismo naturale più complicato, l'essere umano. In quest'ultimo è possibile individuare una prima struttura, centrata nella testa sebbene diffusa in tutto il corpo, rappresentata dall'organizzazione nervosa e sensoriale (pensare). La seconda struttura, centrata nel petto, è costituita dal sistema ritmico, per cui ad essa appartiene ad esempio la respirazione, la circolazione del sangue e qualsiasi altro processo che nell'organismo umano abbia carattere di ritmicità (sentire). La terza struttura riguarda invece gli organi e le attività connessi con i processi della nutrizione e del movimento (volere). L'organismo umano rimane sano finché ciascuna struttura mantiene la propria autonomia pur interagendo con le altre, mentre una condizione patologica si manifesta qualora una di esse esca indebitamente dal proprio ambito per sconfinare in quello delle altre. Allo stesso modo, l'organismo sociale deve potersi articolare in tre sottosistemi in sé indipendenti e aventi ciascuno la speciale organizzazione che gli è propria; il malessere sociale si manifesta qualora uno dei sottosistemi risulti atrofizzato o asservito agli altri. I tre sottosistemi sono:

- la **sfera economica**: "*La vita economica comprende tutto quel che riguarda la produzione, la circolazione e il consumo delle merci... Tutto questo complesso di processi che cominciano con il rapporto dell'uomo con la natura e proseguono in tutto ciò che l'uomo ha da fare per trasformare i prodotti della natura e per portarli fino allo stato di generi di consumo, tutto questo lavoro, e soltanto esso, costituisce la parte economica di un sano organismo sociale*"

- la **sfera giuridica**: comprende "*[...] la vita del diritto pubblico, la vita politica, quella che, nel senso dell'antico Stato politico, poteva essere designata come la vera e propria vita statale. [...] può abbracciare solo quel che sorge da sostrati puramente umani e riguarda i rapporti tra uomo e uomo (6)*"
- la **sfera culturale**: essa riguarda "*[...] la vita spirituale; o per dire più esattamente [...] tutto quel che poggia sulle doti naturali del singolo individuo umano, e che deve entrare nell'organismo sociale sulle basi di tali sue facoltà naturali, sia spirituali, sia fisiche. [...]. Questo campo abbraccia tutto, dalle più elevate aspirazioni spirituali a quel che, nell'opera dell'uomo, deriva dalla migliore o peggiore sua capacità fisica per prestazioni utili all'organismo sociale" (7).*"

A ciascuna sfera sociale viene attribuito come compito, la realizzazione di uno degli ideali della Rivoluzione Francese.

La **libertà** alla sfera culturale, l'**uguaglianza** alla sfera giuridica, la **fraternità** alla sfera economica.

Sfera culturale

La libertà nella vita spirituale dovrebbe consentire agli uomini di formare ed estrinsecare le proprie capacità individuali, permettendo loro una evoluzione basata su di una autentica molteplicità culturale. Tale libertà può nascere soltanto in una struttura autonoma, nella quale la vita intellettuale e quella culturale rimangano indipendenti dalle influenze statali ed economiche. L'impotenza degli ambiti intellettuali ed artistici per lo sviluppo sociale Steiner la riconduce a tale dipendenza: "*Bisogna osservare che cosa sia diventata la vita intellettuale nella dipendenza dal potere dello Stato, oltre che dal potere capitalistico ad essa connesso (8).*" Cultura e scienza possono dispiegare il loro potenziale e fornire i necessari impulsi innovativi, soltanto qualora le loro forze vitali non vengano erose dagli interessi dell'economia o dai mutevoli interessi del potere politico. Le norme e gli obiettivi per l'educazione ed istruzione possono essere ottenuti mediante la conoscenza del proprio ambito per favorire il massimo sviluppo delle capacità individuali. Questa autonomia non deve riguardare soltanto gli insegnanti, gli educatori e coloro che si occupano di cultura nelle loro specifiche attività, bensì anche l'amministrazione di questo sistema, condotta dai suddetti operatori in maniera possibilmente autonoma.

Sfera giuridica

L'uguaglianza nella vita giuridica, deve assicurare i diritti e le possibilità del singolo individuo. Lo Stato attuale, secondo le idee della tripartizione sociale, deve cedere quelle competenze che appartengono in realtà agli altri due domini sociali limitandosi a regolare i rapporti tra uomo e uomo. Verrebbero quindi eliminate tutte le ingerenze statali in ambito economico e culturale. L'organizzazione giuridica avrebbe innanzitutto il compito di mettere in relazione rapporti di potere, proprietà e possesso fondandoli sul diritto, dove gli uomini sono tutti uguali. Fra i più importanti rapporti umani da regolare ci sono senz'altro quelli che si estrinsecano nel cosiddetto "mercato del lavoro". Secondo Steiner, **orario di lavoro, misura e la natura dello stesso non devono essere regolati all'interno dell'organismo economico, bensì dall'organizzazione giuridica democratica indipendente dalle necessità economiche al fine di evitare una completa mercificazione dell'essere umano.** L'attuale rapporto contrattuale tra imprenditore e dipendente, verrebbe sostituito da un rapporto di ripartizione degli utili tra i due attori principali del processo produttivo. Si tratta di interrompere la dipendenza del lavoro dalla congiuntura economica e dalla formazione dei prezzi. **L'uomo non**

dev'essere costretto ad adattare i suoi diritti alle esigenze dell'economia, bensì il diritto del lavoro diventerà per l'economia qualcosa come il suo stesso fondamento.

Sfera economica

La fratellanza nella vita economica dovrebbe permettere, mediante associazioni di consumatori (9), commercianti e produttori, di ottenere prezzi equi e corretti in un mercato libero: ***"L'impulso economico dei tempi moderni ha la tendenza ad aumentare il reddito mediante la quantità della produzione: l'avvenire dovrà per mezzo di associazioni e prendendo le mosse dal necessario consumo, cercare di arrivare ad un modo di produrre e a trovare la via diretta dal produttore al consumatore"***. La vita giuridica avrebbe il compito di predisporre le necessarie basi legislative affinché la proprietà privata dei mezzi di produzione o del capitale possa essere acceduta da individui particolarmente qualificati e orientati al bene comune. Una tale proprietà privata non può quindi né essere venduta, né essere data in eredità, bensì soltanto ceduta ad un nuovo proprietario in una forma di donazione purché questi sia dotato delle necessarie capacità e attitudini gestionali. L'organismo giuridico non dovrebbe entrare nel merito delle scelte ma solamente vigilare sulla regolarità dei trapassi. ***"La proprietà smetterebbe di essere ciò che è stata fino ad oggi. E non per essere ricondotta ad una forma già superata come sarebbe la proprietà comune, bensì per diventare qualcosa di completamente nuovo"***(10). Grazie a questa concezione della proprietà privata, l'abuso capitalistico o la speculazione in borsa verrebbero eliminati. D'altro lato verrebbe assicurata la libertà della proprietà all'imprenditore orientato al bene comune.

In diverse interpretazioni ed evoluzioni della tripartizione sociale variano le descrizioni e delimitazioni dei tre sottosistemi sociali, così come le proposte concrete per la trasformazione ed organizzazione dell'autogestione di questi tre ambiti. Centrale rimane tuttavia per tutti l'attribuzione dei tre ideali di libertà, uguaglianza e fraternità rispettivamente alle sfere sociali della vita intellettuale, giuridica ed economica.

Per la soddisfazione delle proprie necessità materiali, colui che vive in un paese industrializzato, dipende oggi, in tutto e per tutto, dalle prestazioni dei suoi simili. Per quanto un individuo possa credere fermamente di lavorare unicamente per guadagnare denaro, in pratica, all'interno dell'ordinamento sociale odierno egli è indotto a servire con la propria attività altri consumatori. In questa parte del mondo il modello di vita autosufficiente è superato. La vita economica ha la tendenza naturale a creare una rete di comunicazioni che, oggi, avvolge il mondo intero. Se le fosse consentito di espandersi liberamente si verrebbero a costituire delle associazioni economiche indipendenti dai confini nazionali, in seno alle quali le imprese che partecipano alla distribuzione e al consumo potrebbero deliberare liberamente in merito alle loro esigenze e alle possibili soluzioni.

NETWORK MARKETING "LA SFIDA PER UNA GRANDE OPPORTUNITA'

Alla luce di questa analisi, in quest'epoca di crisi, di profondo cambiamento, il Network Marketing può rappresentare una mera opportunità sia per l'uomo, che deve inserirsi nel mondo del lavoro, sia per lo sviluppo dell'organismo sociale in cui è inserito.

Per assolvere a questo il NM deve alimentarsi di alcune caratteristiche.

Prima deve nascere il prodotto o il servizio il cui valore deve essere comunicato attraverso il Network Marketing.

Non deve avere una struttura piramidale in cui il guadagno deriva esclusivamente o prevalentemente dall'arruolamento di nuove persone, spesso in assenza del veicolo del prodotto/servizio.

La finalità deve essere il raggiungimento di un lecito profitto, pertanto sono da evitare i miraggi di guadagni facili, stratosferici ed in tempi brevi a discapito di altri.

La costruzione della ricchezza deve interessare non solo l'IO individuale ma l'IO collettivo. ***"La salute di una comunità di uomini che lavorano insieme è tanto maggiore quanto meno il singolo ritiene per sé i ricavi delle sue prestazioni, vale a dire quanto più di tali ricavi egli dà ai suoi collaboratori, e quanto più i suoi bisogni non vengono soddisfatti dalle sue prestazioni, ma da quelle degli altri" (Steiner) (11).***

La ricchezza deve essere intesa non solo come puro denaro ma come ricchezza di libertà, di tempo, di scelta, di qualità di vita, di contributo al miglioramento dello stile di vita dell'intera società.

Il creatore del servizio/prodotto che sarà veicolato sul NM, deve sviluppare il proprio modello di business favorendo un sistema meritocratico ed equo che consenta una continua crescita personale e professionale degli individui coinvolti. Deve tagliare i costi di distribuzione e di pubblicità investendo il denaro per creare prodotti/ servizi di qualità, nel pieno rispetto dell'Essere Umano, dell'Ambiente, della Natura e del mondo animale.

Rispetto, Etica, Sostenibilità, Solidarietà devono essere valori intrinseci nel modello di business del Network Marketing.



L'IO DEL NETWORKER

- Per prepararsi al mondo della professione, per avere relazione con il prodotto/servizio e conoscerlo, il Networker deve risvegliare in Sé il proprio “PENSARE, SENTIRE e VOLERE”. La conoscenza del mondo è, dunque, un atto creativo. La conoscenza ha un posto importante come conquista, come scoperta, come risveglio dell'IO. L'individuo deve emergere in autonomia, e deve essere dotato di forze tali che gli consentano di portare con Sé Amore nella collaborazione. Individualità è sostanza e sostanza significa sorgente originaria che si adatta, estremamente elastica. Oggi viviamo nella società del SAPERE ma c'è differenza tra SAPERE e FARE. Il sapere deve accordarsi con il FARE e se il SAPERE si trasforma in FARE il FARE deve essere compenetrato dall'Anima.
- E' l'epoca del risveglio dell'Anima Cosciente, momento di sconvolgimento in cui ci muoviamo imparando a dirigere il nostro pensiero. L'IO comanda la volontà facendo in modo che si porti a compimento quel lavoro. E' il momento del fare, del progettare, del creare, tutto deve essere sperimentato attraverso la volontà, nulla deve essere gratis.
- Tutti i giorni ci è concesso un momento per cambiare ciò che ci rende infelici. La felicità è una conquista ed ogni giorno ci viene offerto “l'istante magico”, l'istante che ci spinge ad andare alla ricerca dei nostri sogni. Soffriremo, affronteremo momenti difficili, ricaveremo molte delusioni che genereranno stati d'animo negativi ma meschino è colui che ha avuto paura di correre rischi, perché, forse non sarà mai deluso, non avrà disillusioni ne soffrirà come coloro che hanno un sogno da perseguire, ma quando quell'uomo guarderà dietro Sé si chiederà perché ha sotterrato in una fossa profonda le doti e i talenti che gli sono stati affidati e avrà la certezza di avere sprecato la vita. Dobbiamo ascoltare il bambino che eravamo un tempo e che ancora esiste in noi. Questo bimbo è in grado di capire gli istanti magici. “*Beati i fanciulli per loro è il Regno dei Cieli*” e se non ritorneremo a guardare la vita con l'innocenza e l'entusiasmo dell'infanzia non ci sarà più significato nel vivere. Esistono molti modi per suicidarsi: anche quelli che uccidono l'Anima violano la Legge divina. Prestiamo dunque attenzione a ciò che ci dice il bambino che serbiamo nel cuore. Consentiamogli di prendere le redini della nostra esistenza. Questo bambino sa che ogni

giorno è diverso dall'altro. E' bene ricordare che la saggezza degli Uomini è follia agli occhi di un bambino. Se non perderemo il contatto con questo bimbo non smarriremo il contatto con la Vita. Esistono momenti in cui è necessario correre dei rischi e affrontare il cambiamento per evitare di rimanere imbrigliati nelle redini dell'Altro. L'Altro è colui che per quella stessa forma di educazione tendente alla retrospettiva storica, ci hanno insegnato ad essere ma che non siamo. L'Altro crede che sia obbligo degli uomini trascorrere la vita pensando al modo di accumulare denaro per non morire di fame (13). L'Altro ricerca la sicurezza in uno stipendio fisso, in compiti precisi da svolgere con indicazioni precise; tanto pensa e tanto progetta ma rischia di ritrovarsi ad essere insoddisfatto dei propri guadagni non meritocratici, impossibilitato a dedicare tempo alla propria vita extra lavorativa, a vivere spesso in un ambiente ostile e opprimente ed alla fine rischia di scoprire di essere vivo quando i suoi sogni sulla terra stanno volgendo al termine. L'Altro per paura di deludere non ci lascia agire. Le sconfitte esistono e nessuno può sfuggirvi, ma meglio perdere alcuni combattimenti nella lotta per i propri sogni piuttosto che essere sconfitto senza neppur conoscere il motivo per cui si sta lottando.

- La crescita dell'individualità è necessaria per la condivisione, ogni uomo, nel venire al mondo, porta con sé i propri talenti, le proprie specialità, che se libero di esprimere e di sviluppare svincolato dai condizionamenti dell'Altro, mette a servizio dell'IO collettivo. Il gruppo diventa ambiente di crescita dove ogni membro è rappresentante del proprio Io e dell'io comunitario. L'"uomo fai da te", impermeato dallo spirito egoistico per orgoglio, per manie perfezionistiche, non delega e non condivide, quindi non sviluppa ricchezza ed invece di possedere il business ne diventa vittima.
- La capacità di lavorare in squadra è una competenza fondamentale del Networker. Il processo di apprendimento viene arricchito dal lavoro di squadra e dal dialogo tra tutti gli apportatori di interesse. L'obiettivo del Networker deve essere chiaro, solo così saranno chiari anche quali requisiti sono necessari per accedervi, perché le persone che fanno parte dello stesso Network devono avere caratteristiche in comune. Dato un set di caratteristiche comuni, il Network deve aprirsi alla diversità, che è un arricchimento ed all'accoglienza necessaria per instaurare tolleranza e sviluppare la multiculturalità.

Fai un piccolo passo.



NM NON E' PIU' MISSION IMPOSSIBLE

Questa opportunità può divenire tale non solo nella dichiarazione d'intenti ma nella sostanza dei fatti, può dare conclusione alla trasformazione sociale in essere e dare avvio ad una nuova consapevolezza, mirata alla messa in opera di modelli produttivi e distributivi equi e solidali.

Come tutte le trasformazioni deve partire dal basso, il tremore che smuove deve essere proprio della base.

Premessa:

- I modelli per la commercializzazione delle merci quali GDO (Grande Distribuzione Organizzata) costringono il Produttore ad un sistema di gestione spinto alla riduzione dei costi, spesso a scapito della qualità del prodotto ed al non rispetto per l'essere umano e per l'ambiente, minando la salute di entrambi.
- Le multinazionali, con la loro politica lobbistica, governano la GDO, impongono i costi ai produttori, limitano il libero mercato, annullano il rapporto produttore-consumatore con conseguente impoverimento sia del produttore stesso che del consumatore obbligato all'acquisto del prodotto/servizio finale con un ricarico ingiustificato fino al 30/40%. Viene così a mancare il principio cardine dell'equa distribuzione della ricchezza e del lecito profitto.

A fronte di ciò il Network Marketing deve consentire una distribuzione diretta dal Produttore al Consumatore senza ricarichi ulteriori veicolando, come valore aggiunto, i Plus dati al prodotto che sarà, così, sempre più selezionato, di qualità e rispondente alle richieste del consumatore.

Il Network Marketing vive di Networkers.

Il Networker, impermeato dell'Anima cosciente, deve prendere coscienza del proprio ruolo e selezionare una solida Azienda condividendone la bontà del prodotto/servizio, l'eticità e la sostenibilità dei mezzi di produzione, la politica manageriale, i programmi formativi, la serietà e la trasparenza nelle comunicazioni ed informazioni. Deve condividere la Mission, necessariamente rispettosa dell'essere umano e dell'ambiente da gestire oggi per preservarlo alle future generazioni; deve partecipare alla realizzazione della Vision, deve investire regolarmente e costantemente tempo, energie e risorse economiche per lo sviluppo di Sé e della propria impresa, e deve improntare il raggiungimento del successo personale fornendo ai membri della propria rete la via per raggiungere a loro volta il successo.



BIBLIOGRAFIA

- 1: Pedagogia e didattica lavoro e apprendimento: bollettino della Sezione Pedagogica del Goetheanum
- 2: Tiziana Bellucci, L'anima cosciente (il mentale astratto superiore)mondo della ragione o sopraspirituale
- 3: F. Seghezzi Le grandi trasformazioni del lavoro, un tentativo di periodizzazioni
- 4: We Network Marketing on line
- 5: R. Steiner, *I punti essenziali della questione sociale*, Opera Omnia 23, 24 e 34 pag. 68
- 6: R. Steiner, *I punti essenziali della questione sociale*, Opera Omnia 23, 24 e 34 pag. 48
- 7: R. Steiner, *I punti essenziali della questione sociale*, Opera Omnia 23, 24 e 34 pag. 49
- 8: R. Steiner, *Gedankenfreiheit und soziale Kräfte*, Dornach 1986, Opera Omnia 333 pag. 14
- 9: R. Steiner, *I punti essenziali della questione sociale*, Opera Omnia 23, 24 e 34 pag. 95
- 10: R. Steiner, *I punti essenziali della questione sociale*, Opera Omnia 23, 24 e 34 pag. 96
- 11: R. Steiner, *Scienza dello spirito e problema sociale*, Opera Omnia 34
- 12 R.Steiner, Educare alla libertà
- 13 Paulo Cohelo sulla riva del fiume Piedra Mi sono seduta ed ho pianto



III III IX VI VIII I V

PROMETEO

