

# BAGNO DESIGN

PRODOTTO, ARCHITETTURA E COMPLEMENTI PER L'AMBIENTE-BAGNO

04  
SET 2013

TREND  
**BAGNO, SOSTANTIVO  
SINGOLARE MASCHILE**

TALKABOUT  
**AZIONI CONCRETE  
PER LA TUTELA DELL'ACQUA**

 **tecniche nuove**

ISSN 1723-5227 - Bimestrale - Anno XI - numero 04 Poste Italiane Spa  
Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003  
(conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano

COVER  
**GIÒ DI HIDRA CERAMICA  
DESIGN MENEGHELLO PAOLELLI ASSOCIATI**



COLLEZIONE GIÒ  
DESIGN MENEGHELLO PAOLELLI ASSOCIATI



MENEHELLO PAOLELLI ASSOCIATI

# IL TEMPO DEL CAMBIAMENTO

*“Come writers and critics  
who prophesize with your pen  
and keep your eyes wide  
the chance won't come again  
and don't speak too soon  
for the wheel's still in spin  
and therè's no tellin' who  
that it's namin'.  
For the loser now  
will be later to win  
for the times they are a-changin'.*

“Venite scrittori e critici  
che profetizzate con le vostre penne  
e tenete gli occhi ben aperti  
l'occasione non tornerà  
e non parlate troppo presto  
perché la ruota sta ancora girando  
e non c'è nessuno che può dire  
chi sarà scelto.  
Perché il perdente adesso  
sarà il vincente di domani  
perché i tempi stanno cambiando.

.....

*The line it is drawn  
the curse it is cast  
the slow one now  
will later be fast  
as the present now  
will later be past  
the order is  
rapidly fadin'.  
And the first one now  
will later be last  
for the times they are a-changin'.”*

La linea è tracciata  
le avversità sono dietro l'angolo  
il più lento adesso  
sarà il più veloce poi  
ed il presente adesso  
sarà il passato poi  
l'ordine sta rapidamente  
scomparendo.  
Ed il primo ora  
sarà l'ultimo poi  
perché i tempi stanno cambiando.”

THE TIMES THEY ARE A CHANGIN', Bob Dylan, 1964

**C**iclicamente ci dobbiamo confrontare con degli step evolutivi, con dei processi di rinnovamento a volte dettati da input personali, a volte invece da input ambientali. Inutile dire quale sia l'input che continua a mescolare le carte sul tavolo dell'attuale processo di rinnovamento... Prima di partecipare a questo nuovo gioco dobbiamo capire e studiare le nuove regole ed esser pronti a calare la carta corretta. Perché i tempi stanno cambiando.

## LA DIFFICOLTÀ COME OPPORTUNITÀ

Non soffermiamoci troppo a discutere sulla difficoltà del momento, sul fatto che le condizioni stiano peggiorando e che il passato sia stato migliore del presente perché così non è! La storia ha un andamento ciclico. I tempi stanno cambiando - in peggio - per chi non vuole cambiare; pertanto, è necessaria una reazione per una ripartenza con agilità e velocità. Guardiamo al cambiamento come opportunità, accettiamo la modernità, il confronto tra le idee, creiamo collaborazioni positive, attingiamo nelle peculiarità che ci hanno permesso di essere quello che siamo, guardiamo alle occasioni che ci offre il futuro, perché i tempi stanno cambiando e cambieranno sempre più velocemente.

**Pier Giorgio Zuffetti,**  
direttore commerciale Ridea

## NUOVI METRI DI GIUDIZIO

Possiamo soltanto condividere l'editoriale. Mai come in questo momento, nella nostra vita, abbiamo attraversato periodi così particolari, densi di cambiamenti repentini, di scenari mutevoli. Abbiamo imparato a convivere con questa velocità di cambiamento e adattandoci a questa velocità,

abbiamo trovato gli aspetti positivi anche in questa epoca della nostra vita professionale e privata. Anzi, uno scenario che muta, porta con sé la possibilità di non fermarsi, la voglia di capire, di studiare, di interpretare i fatti sotto una nuova luce, utilizzando metri di giudizio e di analisi nuovi, mutevoli, liquidi.

**Jacop Papp,**  
ufficio stampa Conversazioni

## A PROPOSITO DI MUSICA

Nell'affrontare il tema del cambiamento è fondamentale considerare l'aspetto della necessità dell'evoluzione, continua, rispetto alla clientela. Nel cambiamento il cliente deve essere al centro delle nostre attenzioni, come possiamo farlo innamorare ed emozionare?

Questa è la vera sfida che ci attende. Mi viene in mente una canzone, "Can't buy my love" dei Beatles. I Beatles avevano ragione: l'amore non si compra. Quindi ogni giorno bisogna chiedersi: cos'ho fatto oggi per fare innamorare il cliente di me, del mio prodotto e della mia azienda?

Le riflessioni sono tante. Ne riporto alcune.

Il cliente aspetta il treno.

Il taxi aspetta il cliente.

L'azienda che muove i clienti in taxi batte l'azienda che

sposta i clienti in treno.

La formula "compra da me perché ti do più sconto" porta margini magri. "compra da me perché ti do più valore", invece, porta fidelizzazione. Il Tuorlo è prodotto. L'Albume è servizio.

Avvolgi l'Albume intorno al tuo Tuorlo e vendi l'Uovo per raddoppiare il numero delle opportunità di staccarti dalla massa e dare più valore al cliente, crescita alla tua azienda, orgoglio alla squadra, timore alla concorrenza.

**Alessandro Rorato, direttore commerciale Gran Tour Bagno**

## PROVOCARE IL CAMBIAMENTO

Per meglio comprendere l'importanza che il cambiamento ricopre nel business è utile sapere che ci sono professionisti che si occupano di studiare e prevedere il cambiamento, creando delle scuole di pensiero. Una tra le più accreditate di queste, è da attribuire a Vito Di Bari, un professionista che da sempre si occupa del cambiamento nei rapporti tra aziende, consumatori e vita quotidiana.

Vito vede il cambiamento attraverso la metafora del gatto che arriva nel nostro giardino, punta la sua preda per secondi interminabili e poi attacca.

Tutto ciò per dire che il

cambiamento non arriva all'improvviso nel nostro quotidiano, ma arriva prima, attraverso dei deboli segnali, per poi coinvolgerci, anni dopo, in ogni aspetto del nostro quotidiano.

È accaduto con l'avvento degli smartphone, della mail, di internet, oggi totalmente presenti e insostituibili, una volta semplicemente letti come elementi "accessori" e di importanza relativa.

"Il cambiamento è inevitabile, il miglioramento no".

Il cambiamento quindi fa parte di una ciclicità che ricorda quella delle stagioni in natura, ma il miglioramento prevede la 'capacità' di essere flessibili, di essere veloci all'adattamento, di coglierne le opportunità anziché rilevarne la criticità rispetto al 'nuovo'. Personalmente mi relazionano tutti i giorni con persone coinvolte nel cambiamento, e il primo livello di difficoltà sta proprio nell'attivare una 'curiosità flessibile', ingrediente indispensabile a trasformare il cambiamento in valore.

La vera evoluzione di questa capacità la potremo vivere nel momento in cui saremo in grado di 'provocare' il cambiamento anziché subirlo.

C'è una buona notizia: anche questa è una capacità, quindi si può sviluppare.

**Maurizio Papa, coach e trainer**