

Tutto, o Lucilio, è al di fuori dell'uomo: solo il tempo è nostro; di quest'unico bene lubrico e fugace la natura ci ha affidato il possesso e ne può escludere chi vuole.

Seneca *Lettere morali a Lucilio*

L'avvento della *24 hours society*

L'attuale società dei consumi, che propone un nuovo "nemico" contro cui combattere, **il tempo**, è stata ridefinita come la *24 hours society* o la *real time society*.

Cibi surgelati e pronti in pochi minuti, prodotti usa e getta, trapunte che sostituiscono lenzuolo e copriletto sono soltanto alcuni esempi di quei prodotti presenti sul mercato per clienti con poco tempo da poter dedicare alle proprie esigenze.

All'interno dell'era dell'accelerazione, così definita, sia da David Lewis, che da Edward Luttwak, dove nuovi stili di vita, usanze e costumi si diffondono con estrema semplicità, la lotta contro il tempo caratterizza qualsiasi contesto sociale, dalla famiglia all'ambito lavorativo.

Con l'avvento della *real time society* stanno cambiando anche le abitudini personali degli individui; infatti, secondo una ricerca dell'American National Sleep Foundation, oggi si dorme 90 minuti in meno rispetto al secolo precedente; sembrerebbe che col passare del tempo si diventi sempre più nottambuli.

Anche il commercio deve essere in grado di offrire soluzioni adeguate ad un cliente che ha poco tempo per fare acquisti considerando che si farà shopping quando si è fuori e sempre meno si andrà fuori per fare shopping.

Il tempo libero si è notevolmente ridotto e da qui la necessità di punti vendita con orari di apertura più flessibili che vadano incontro alle esigenze di un nuova figura di consumatore che reputa il tempo una risorsa difficile da gestire. Nel commercio, un ruolo sempre più centrale è ricoperto da: immagini, colori, marchi posti sul packaging, che hanno come obiettivo facilitare il consumatore a scegliere nel minor tempo possibile, e il visual merchandising, all'interno dei punti vendita, che orienta il cliente nelle scelte, attraverso un'informazione chiara e immediata.

Le conseguenze generate dalla continua corsa contro il tempo hanno determinato stanchezza e frustrazione sia in ambito personale, che lavorativo.

Nelle imprese *real time* la parola d'ordine è: produttività. Molto spesso, nelle imprese, lo stress è considerato dai responsabili del settore risorse umane come un elemento da gestire in maniera strategica per conseguire obiettivi di redditività.

Esiste, però, una soglia fisiologica oltre la quale, l'aumento dello stress è direttamente proporzionale alla diminuzione delle performance, che influenzano negativamente i risultati aziendali; la difficoltà sta proprio nel saper individuare a che punto si collochi questa soglia limite. Alcune aziende hanno provveduto a dar vita a programmi basati sul principio di "lavorare meno e lavorare meglio", attraverso i quali si intende generare condizioni lavorative che permettano un bilanciamento più appagante tra vita professionale e vita personale, senza compromettere le performance e gli standard dell'impresa.

Anna Maria Pomponi
DATA

