

Esiste da circa duecento anni una religione trasversale e senza nemici, diffusissima in tutto il mondo eppure sconosciuta. Della quale probabilmente fai parte anche tu, senza saperlo. Il suo nome è **“Successology”**.

Può contare su un numero incredibile di adepti tra i manager di New York, gli universitari di Mumbai, i liberi professionisti di Rio De Janeiro, gli impiegati di Tokyo e qualche casalinga di Cerignola. Ma è un elefante nella stanza, che **tutti hanno davanti agli occhi e di cui nessuno parla**.

La sua incredibile potenza sta nell'enorme quantità di divulgatori che **diffondono inconsapevolmente il suo messaggio**. I genitori trasferiscono ai figli i primi rudimenti di questa religione sin da piccoli; le maestre ed i professori rafforzano l'indottrinamento dalle elementari fino all'università; i politici la proteggono e gli economisti la esaltano. Successology permea il modo in cui vediamo il mondo, e **diventa la matrice che regola il nostro modo di pensare e agire**.

Va detto. È un culto estremamente esigente. **Richiede almeno cinque giorni a settimana di devozione**, a volte sei. In casi estremi sette. Qualcuno lo pratica tutto il giorno. C'è chi se lo sogna di notte. È onnipresente, sebbene apparentemente non invadente. Perché basato sull'**illusione di lasciarti libero** di fare ciò che vuoi.

Non serve a tutti, ma è praticata da tutti quelli che servono.

Puoi capire se anche tu ne fai parte in base a **due fattori fondamentali**:

1. La necessità di avere obiettivi sempre più grandi, alla ricerca di una felicità che non arriva mai.
2. Il bisogno compulsivo di mostrarsi fintamente felici, nella vita reale o nei social network, per ottenere l'approvazione altrui.

Tra i vari fedeli la categoria in assoluto più stimata e meritevole di amore divino si trova all'interno delle grandi multinazionali. Donne e uomini incredibili, **vera linfa di Successology**, grazie alla loro straordinaria capacità di immolarsi per dodici, quattordici o addirittura sedici ore al giorno, senza sosta. Sono i **nuovi martiri** che si flagellano continuamente, non concedendosi un giorno di vacanza, trascurando la famiglia e, nei casi vicini alla santità, rinunciando completamente a se stessi.



Successology ha chiesto a questi adepti di sostituirsi alle bestie sacrificali, diventando loro stessi oggetto di sacrificio. Ma in cambio di tanta devozione, ha promesso **ricchezza, potere e rispetto**.

Ma anche molti titolari di piccole aziende, attirati dal desiderio di essere altrettanto prediletti, si sono convinti della necessità di applicare alla lettera i dettami di Successology. È stato un processo graduale, lento come la fuoriuscita di un veleno che poco alla volta inquina le falde acquifere, stillando da una tubatura nascosta e crepata. La parola d'ordine è diventata una sola, ripetuta ossessivamente come un mantra ipnotico: **fatturato, successo, notorietà!**

Ed è avvenuto così che tanti piccoli e medi imprenditori, eredi di una secolare e nobile tradizione basata sulla cura del cliente, sul radicamento territoriale e sulla parsimonia finanziaria, si sono trasformati in parodie grottesche di amministratori delegati e di top manager di imprese ciecamente devote a Successology.

Con risultati raccapriccianti.

Il culto di Successology aveva infatti promesso il paradiso a tutti i propri adepti. E per lungo tempo ha mantenuto la parola. In effetti più sacrificavi te stesso, più la divinità concedeva gioie e privilegi.

Poi, improvvisamente, nell'*annus horribilis* del 2008, accadde qualcosa di imprevedibile. Forse indispettita da qualche mancanza dei suoi adepti, o fin troppo sazia dell'adorazione ormai mondiale, chissà, **la divinità ha smesso di elargire a piene mani i propri premi.** E così iniziata nelle aziende la tremenda carestia degli ordini, dei fatturati e degli utili. E nonostante l'intensificarsi dei sacrifici umani, dopo poco si è abbattuta persino la piaga del basso costo, a causa delle cavallette cinesi.

Da allora i seguaci osservano smarriti l'evolversi degli eventi, increduli di quanto crudele possa essere quella divinità che fino a poco tempo prima sembrava così benevola e generosa.

Qualcuno mormora ancora "Prima o poi tutto tornerà come prima, fidatevi", ma col passare degli anni anche i credenti più convinti iniziano a **nutrire i primi dubbi.** Possibile che, come per tutti i culti, giunto all'apice dello splendore, anche Successology abbia iniziato il proprio **inesoriabile declino?**

Tra i più delusi ci sono proprio quegli imprenditori che, sentendo di essere stati abbandonati a se stessi, si domandano cosa servirà fare, adesso, per recuperare l'amore della divinità e tornare a vivere nel fasto di un tempo.

Altri invece incominciano a farsi domande diverse, **arrivando a mettere in discussione i pilastri della fede** in Successology.

E se la sacra triade della popolarità, dello status sociale e del potere fosse in realtà simbolo di questo inferno in terra?

Nel rendersi conto di far parte della più invasiva e occulta delle religioni, **qualcuno comincia a prenderne le distanze.** E, come ben sapete, mettere in discussione culti ancora così potenti e radicati **non è mai ben visto da chi detiene il potere.** Potrebbe portare ad una rivoluzione senza precedenti, in grado di sconvolgere l'intera società, l'economia, la politica, la cultura.

Ebbene, come vecchi carbonari, gli **Imprenditori Sovversivi** si stanno riconoscendo e unendo, per trovare il coraggio di affermare che il vecchio culto di Successology era il più

La più potente religione del mondo: Successology

disumano, distruttivo e masochistico sistema religioso mai nato sulla faccia della Terra. E che va debellato definitivamente, ora che sembra aver perso un po' del suo consenso e della sua forza. Perché **ha già fatto troppe vittime**. Milioni di esseri umani hanno sacrificato salute, famiglia, emozioni e anima, per immolarsi inconsapevolmente ad una divinità che in molti casi non sapevano neppure di adorare. E che ha massacrato più persone di tutte le precedenti guerre di religione. **Col tacito consenso di tutti e senza grossi clamori**.

È giunto il momento di abiurare Successology.

[di Fabrizio Cotza]