

SAGGISTICA POP

POTEVA ESSERE UNA **MAIL** |



1 NUOVO MESSAGGIO



MARCO BASSINI

EDIZIONI DEL SOTTOFONDINO

Poteva essere una mail

*Come disinnescare il corporatese, difendere il proprio tempo e
non farsi licenziare (troppo presto)*

Marco Bassini

Edizioni del Sottofondino

Dove il merito non ha bisogno di titoli in inglese

Milano, in un ufficio che puzza di toner e ambizioni tradite

www.potevaessereunamail.it

Indice

<u>Prefazione</u>	8
<u>Introduzione</u>	12
<u>Parte I – La Torre di Babele Aziendale</u> <u>(Il Linguaggio)</u>	16
<u>Capitolo 1 – L’inglese che non parli</u>	<u>17</u>
<u>Capitolo 2 – L’acronimo è il nemico</u>	<u>24</u>
<u>Capitolo 3 – Le parole che non significano nulla</u>	<u>29</u>
<u>Capitolo 4 – La sindrome del <i>Ninja</i> d’ufficio</u>	<u>34</u>
<u>Parte II – I Rituali (Le Liturgie)</u>	40
<u>Capitolo 5 – La riunione che poteva essere una mail</u>	<u>41</u>
<u>Capitolo 6 – Il <i>brainstorming</i></u>	<u>47</u>
<u>Capitolo 7 – Il <i>team building</i> obbligatorio</u>	<u>53</u>
<u>Capitolo 8 – La valutazione della <i>performance</i></u>	<u>60</u>
<u>Parte III – La Giungla delle Relazioni</u>	65
<u>Capitolo 9 – L’<i>open space</i>: il <i>panopticon</i> moderno</u>	<u>66</u>
<u>Capitolo 10 – Il capo tossico</u>	<u>72</u>
<u>Capitolo 11 – Il collega che ti ruba le idee</u>	<u>77</u>
<u>Capitolo 12 – La meritocrazia (questa sconosciuta)</u>	<u>83</u>
<u>Parte IV – Le Nuove Frontiere</u>	89
<u>Capitolo 13 – Lo <i>smart working</i>: libertà o prigionia?</u>	<u>90</u>
<u>Capitolo 14 – Il <i>burnout</i>: quando il corpo dice basta</u>	<u>96</u>
<u>Capitolo 15 – L’AI che ti ruba il lavoro (o forse no)</u>	<u>103</u>

<u>Capitolo 16 – La <i>Great Resignation</i> e il <i>quiet quitting</i></u>	<u>109</u>
<u>Conclusion</u>	<u>115</u>
<u>Appendici</u>	<u>119</u>
<u>Appendice A – Il dizionario tascabile del corporatese</u>	<u>120</u>
<u>Appendice B – Tabella di conversione della «<i>Title Inflation</i>»</u>	<u>135</u>
<u>Appendice C – L’arte della fuga: prontuario di sopravvivenza corporate</u>	<u>141</u>
<u>Appendice D – Kit di pronto intervento d’ufficio</u>	<u>147</u>
<u>Appendice E – Kit di decodifica del colloquio: come evitare il posto sbagliato</u>	<u>156</u>
<u>Appendice F – Il piano d’azione della resistenza corporate</u>	<u>164</u>
<u>L’autore</u>	<u>172</u>

Parte I

La Torre di Babele Aziendale (Il Linguaggio)

Capitolo 1 – L'inglese che non parli

Capitolo 2 – L'acronimo è il nemico

Capitolo 3 – Le parole che non significano nulla

Capitolo 4 – La sindrome del *Ninja* d'ufficio

1

L'inglese che non parli

«We need to schedule a call per allinearci sui *deliverable* del Q3, così da fare un *checkpoint* con gli *stakeholder* e capire se siamo *on track* per il *go-live*.»

Fermatevi un attimo. Rileggetela. Provate a tradurla mentalmente in italiano e poi chiedetevi: chi diavolo parla davvero così?

La risposta è: tutti. O quasi.

Se lavorate in una multinazionale — o persino in quella *startup* di tre persone con i Mac presi in leasing — questa frase l'avete sentita eccome. Forse l'avete persino pronunciata senza rendervene conto, mentre il cervello faceva una ginnastica innaturale per frullare italiano, inglese e gergo manageriale in un cocktail che nessuno ha ordinato.

Non è una lingua: è un codice d'accesso. E se non lo conosci, sei fuori.

L'inglese che serve e l'inglese che fa scena

Facciamo subito una distinzione, prima che qualcuno si offenda: c'è l'inglese che serve e c'è l'inglese che fa scena.

L'inglese necessario è quello di chi lavora in un contesto internazionale. Se il team riunisce persone di cinque nazionalità diverse o se dovete lanciare un prodotto sul mercato globale, l'inglese è lo strumento corretto. È puro pragmatismo.

Poi c'è l'inglese inutile. Quello sfoggiato in una sala riunioni a Milano, tra quattro colleghi italiani, per discutere un progetto destinato esclusivamente al mercato emiliano. In quel contesto, dire «Facciamo un *brainstorming*» anziché «raccoliamo un po' di idee» non porta alcun valore. Anzi, crea un problema: esclude.

Perché il primo effetto dell'inglese aziendale non è la comunicazione, ma l'intimidazione.

Chi parla in *italiese* dimostra di appartenere a una cerchia ristretta, di aver frequentato la *business school*, di essere «internazionale». Chi non lo parla viene etichettato come «vecchio stile», «provinciale», «non allineato». È un meccanismo di potere sottile e quasi invisibile: il *middle manager* insicuro non usa il *business english* per comunicare con Londra, ma per intimidire il contabile cinquantacinquenne che viene da Brescia. Quello che, di fronte a un «Let's leverage our synergies», abbassa la testa e annuisce senza avere la minima idea di cosa siano le sinergie da «leveraggiare».

Anatomia di una riunione in *italiese*

Immaginiamo una scena tipica. Sono le 10 del mattino, sala riunioni «Innovation» (chiamata così anche se dentro non è mai nata un'idea innovativa, al massimo il *restyling* di un logo). Ci sono sei persone attorno al tavolo, più due collegate da remoto che si vedono a scatti. Il capo apre la riunione:

«Ok guys, thanks for joining. Oggi dobbiamo fare il *point* sul progetto Alpha. Maria, can you give us an update?»

Maria prende la parola. Fino a tre anni fa si faceva chiamare Mariagrazia e lavorava in una banca dove si diceva ancora «Buongiorno» e «Per favore». Ora il suo inglese è un campo minato, ma si lancia comunque:

«Sure. Allora, we've completed the first phase, ma ci sono some issues con il *vendor*. Basically, they're not delivering on time, e questo sta impattando la nostra *timeline*. We need to *escalate* la cosa e capire se possiamo fare un *workaround* o se dobbiamo cambiare *approach*.»

Il capo annuisce, serio, tamburellando con la penna:

«Ok, I see. Dobbiamo assolutamente fare un *deep dive* su questo. Marco, can you set up a call con il *vendor* per questa settimana? We need to align sulle *expectations* e capire se sono still committed al progetto. Altrimenti, we need to evaluate alternative solutions.»

Marco alza lo sguardo. Fino a cinque minuti prima stava controllando le notifiche di WhatsApp sotto il tavolo. Ora fa l'unica cosa che gli riesce bene:

«Yes, sure. I'll reach out to them today e vi aggiornerò entro domani. By the way, ho anche un *feedback* dal team di *marketing*: dicono che il *messaging* non è abbastanza *customer-centric* e che dobbiamo fare un *restyling* della *campaign*.»

Il capo sospira, come se il peso del mondo fosse sulle sue spalle:

«Ok, let's put a pin in that. Prima risolviamo il problema col *vendor*, poi we'll circle back sul *marketing*. Maria, can you prepare a *deck* con lo *status update* per lo *steering committee* di venerdì? We need to present the *key findings* e i *next steps*.»

La riunione finisce dopo quarantacinque minuti. Nessuno ha detto nulla di davvero utile, ma tutti hanno annuito e finto di capire tutto.

E appena varcata la soglia, ciascuno ha pensato la stessa identica cosa: «Ma perché non abbiamo parlato in italiano?»

Le parole che non esistono (ma che tutti usano)

Il *corporate* non è semplicemente italiano con qualche vocabolo inglese infilato a caso: è la lingua dell'eufemismo. L'inglese aziendale serve a dire le cose in modo più vago, sfumato e diplomatico. Serve ad anestetizzare la realtà.

Dire «We need to do a *downsizing*» suona meno drammatico di «Dobbiamo licenziare qualcuno». Dire «We need to optimize the cost structure» è più presentabile di «Dobbiamo tagliare le spese e lasciare a casa i precari». L'inglese è l'anestetico con cui il *management* opera la realtà senza che il paziente si svegli e urli.

Poi ci sono le espressioni che nessuno sa tradurre con precisione, usate per guadagnare tempo quando non si ha la minima idea di cosa rispondere:

- «**Let's put a pin in it**»: Mettiamo da parte l'argomento. (Traduzione reale: «Non ne voglio più parlare, spero ve ne dimentichiate tutti entro l'ora di pranzo»).
- «**Let me circle back**»: Ne riparlamo più avanti. (Traduzione reale: «Mai più. Spero che moriamo prima»).
- «**Let's take this offline**»: Ne parliamo fuori dalla riunione. (Traduzione reale: «Smettiamola di farci vedere in disaccordo davanti a tutti; ci vediamo dopo in corridoio e ci sbranism»).
- «**Low-hanging fruit**»: I risultati facili da ottenere. (Traduzione reale: «Facciamo le cose che sappiamo già fare e diamole in pasto al *board* spacciandole per innovazioni rivoluzionarie»).

Tutte formule che in italiano hanno equivalenti chiarissimi, ma che nel *corporate* acquisiscono una dignità superiore: l'inglese le nobi-

lita, trasformando la pigrizia mentale in una presunta strategia di alto livello.

Come difendersi: tre regole di guerriglia linguistica

C'è un modo per resistere a questa valanga di *italiese* senza passare per quello che «non ha spirito internazionale» o «non fa parte del club»?

Sì, ma richiede di abbandonare la timidezza. Dimentica i consigliedulcorati sull'«osare l'italiano» (verresti semplicemente etichettato come «quello lento»). Qui si tratta di usare il loro stesso gergo come un'arma. Ecco tre regole tattiche per sopravvivere e vincere la guerra semantica:

- 1. La traduzione socratica (Il finto tonto)** — La prossima volta che sei in riunione e il capo lancia una raffica di *buzzword* incomprensibili, non annuire. Usa la finta ignoranza come un'arma affilata. Alza la mano e chiedi, con tono gentile e genuinamente curioso: «Scusa, per essere sicuro di essere allineato... cosa intendi esattamente per «actionable» in questo specifico contesto?»

Sembra controintuitivo e avrai paura di fare la figura di quello che non capisce. Ma almeno altre tre persone nella stanza brancolano nel buio e ti saranno grate. Se il tuo interlocutore non sa spiegartelo in termini semplici, senza rifugiarsi in altri anglicismi, significa che non ha le idee chiare nemmeno lui.

Hai appena spostato l'imbarazzo da te a lui, costringendolo ad atterrare sulla dura terra della realtà.

- 2. Il judo aziendale (Dire di no usando il loro dizionario)** — Se non puoi battere il nemico, usalo contro se stesso. Quando ti chiedono di prendere in carico l'ennesimo progetto assurdo alle

cinque del pomeriggio, non dire «No, non ho tempo». Usa il loro stesso vocabolario per rendere il rifiuto inattaccabile:

«Capisco la *priority* di questo *deliverable*. Tuttavia, al momento la mia *bandwidth* è completamente allocata sul progetto Alpha. Se questo è un *must-have* per l'EOD, ho bisogno che il mio manager faccia un *trade-off* sulle mie altre *task*. Possiamo fare un *raincheck* per la prossima settimana?»

In quattro righe hai appena detto: «Non lo faccio, non è colpa mia e, se insisti, devi togliere qualcos'altro dal mio piatto.» Inattaccabile. È *corporate* puro usato come scudo per difendere il tuo tempo.

- 3. Il verbale brutale (L'italiano dei fatti)** — Dopo un'ora di chiacchiere su *synergies*, *mindset* e *paradigm shifts*, il rischio è che nessuno sappia cosa fare davvero. Il giorno dopo, ciascuno avrà interpretato quelle parole a modo suo.

La tua mossa tattica? Mandare la mail di *recap*, ma scritta in un italiano asciutto e brutale:

«Ciao a tutti, a sintesi della call di oggi: 1) Consegnerò il report Excel entro giovedì alle 12:00. 2) Marco contatterà il fornitore per rinegoziare i costi entro venerdì. 3) Il budget a disposizione è zero. Confermate che rispecchia quanto deciso?»

Hai spogliato la riunione della sua aura globale, riducendola a un mero elenco di compiti e scadenze. Se il capo voleva solo «dare un tono» alla call, ora è costretto a confermare i fatti. E i fatti non si possono tradurre.

Epilogo: La busta paga

Alla fine della giornata, il *corporate* è solo un trucco di prestigio.

L'inglese aziendale dà l'illusione di far parte di qualcosa di grande. Ti fa sentire un manager globale, un cittadino del mondo. Ti convince

che chiamare un progetto «Operation Phoenix» anziché «Riorganizzazione del magazzino» cambi il destino dell'azienda.

Ma è solo fumo. È il modo con cui il *management* ti fa accettare l'inaccettabile, ti spinge a lavorare nel weekend e a spostare file da una cartella all'altra del server facendoti credere di stare «disruptando il mercato».

Puoi anche chiamarla *disruption*, *synergy*, *go-live* o *paradigm shift*, ma quando chiudi il portatile alle otto di sera, la stanchezza non ha bisogno di alcuna traduzione. E a fine mese, quando arriva la busta paga, i numeri sono scritti in italiano.

E non mentono mai.



L'autore

Marco Bassini è laureato in Ingegneria Chimica al Politecnico di Milano. Per oltre vent'anni ha applicato le leggi della termodinamica allo studio della reazione a catena più imprevedibile, volatile e tossica dell'universo conosciuto: la vita in azienda.

Ha attraversato l'intera catena alimentare corporate, sopravvivendo al rigore anglosassone delle multinazionali anglo-americane e olandesi, fino alle vetrine patinate (ma spietate) del luxury & fashion milanese. È passato per tutte le fasi della materia: dalla scrivania in *open space* del neoassunto speranzoso, fino alla stanza dei bottoni, scoprendo che i KPI non salvano l'anima e che il *team building* in parco avventura è a tutti gli effetti una violazione della Convenzione di Ginevra.

Dopo due decenni passati a tradurre slide in *corporate* e a partecipare a riunioni che potevano essere una mail, ha deciso di smettere di fare report e iniziare a scrivere la verità. O almeno, la traduzione simultanea di ciò che il capo intende davvero quando dice «dobbiamo fare un *deep dive*».

Oggi vive in un luogo segreto, protetto da una fitta cortina di ferro e da un rigoroso blocco delle notifiche di Teams dopo le 18:03.

Dettagli pubblicazione

Edizioni del Sottofondino (Marchio Indipendente)
Milano, in un ufficio che puzza di toner e ambizioni tradite.

Prima edizione: Agosto 2026
Edizione digitale

Il quartier generale (per chi vuole continuare a combattere):
www.potevaessereunamail.it

Questo libro è disponibile in formato cartaceo ed elettronico (Kindle, epub, pdf). Visita il sito per scoprire i canali di vendita (Amazon, store online, ...) ed i link diretti alle pagine di acquisto.

Puoi anche scaricare gratis un'anteprima del dizionario e i primi template delle mail.

Finito di stampare (o più probabilmente di inviare via mail in formato PDF compresso) nel mese di agosto 2026 per conto di lavoratori esausti di tutto il mondo.



«Dobbiamo allineare gli stakeholder sui deliverable del Q3.»

1

Se questa frase ti fa venire un brivido freddo, un nodo allo stomaco e un disperato bisogno di ferie, benvenuto nella giungla corporate. Un luogo in cui le riunioni si moltiplicano, il *team building* di sabato è un «benefit» e l'azienda è «una grande famiglia».

Questo non è un manuale per fare carriera, ma un vero

kit di sopravvivenza. Qui dentro scoprirai come:

- Tradurre il *corporate* in italiano e sopravvivere ai *brainstorming*.
- Disinnescare capi tossici e colleghi furbi usandone le stesse armi.
- Difendere il tuo weekend dalle mail serali senza perdere l'*ownership*.

Smetti di annuire fingendo di capire e impara l'arte del *corporate* *protettivo*. Perché il lavoro è una cosa seria, ma la tua sanità mentale lo è molto di più.

L'AUTORE: Marco Bassini, ingegnere chimico laureato al Politecnico di Milano, ha passato oltre vent'anni a studiare la vita in azienda. Dai colossi anglo-americani e olandesi al luxury & fashion milanese, ha raccolto sul campo le assurdità del lavoro contemporaneo. Questo è il suo rapporto da reduce.

Scarica i template gratuiti su: www.potevaessereunamail.it

