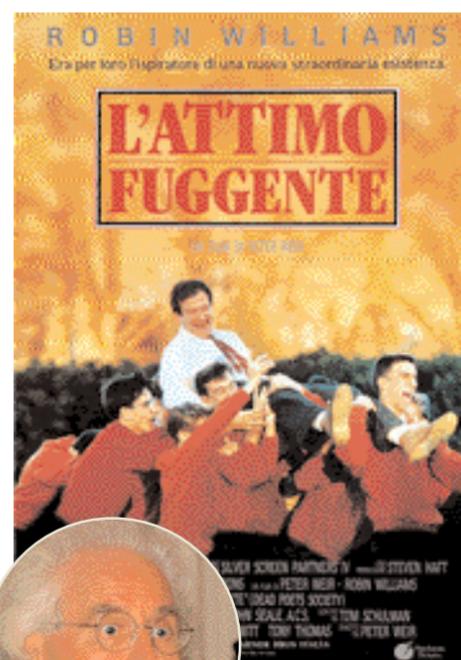
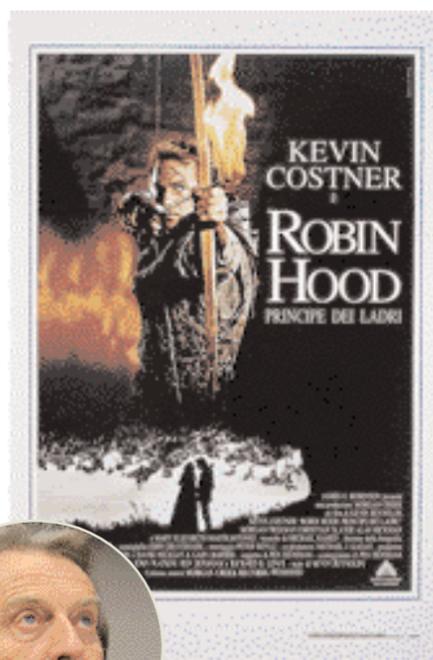


# Sono manager e faccio il divo

**STRATEGIE** In azienda si recita una parte. E si devono prendere dei rischi per diventare veri leader. Ognuno alla sua maniera. Proprio come succede a Hollywood.  
di Jacopo Dettoni



PHOTOMOVIE (5); IMAGOECONOMICA (5)

In azienda come a Hollywood. Imparando a recitare una parte. «Essere un manager è proprio come recitare un copione che cambia tutti i giorni, o quasi» dice **Giampaolo Rossi**, direttore generale di Adexia, società di consulenza e formazione aziendale, che utilizza i blockbuster del cinema americano per insegnare alla classe dirigente a riconoscere il ruolo del leader e a vestirne i panni. Perché è necessario avere comportamenti adeguati al ruolo che si ricopre. Il buon manager, insomma, è capace a declinare i suoi comportamenti in base al contesto. E sa prendersi dei rischi per diventare leader.

«Nell'economia di oggi non ci sono certezze e viene chiesto ai manager di fare im-  
èssano in più per portare al successo l'azienda» dice Rossi. «La classe manageriale italiana non è molto abituata a farlo». D'altra parte, alcuni dei top manager italiani più acclamati rievocano personaggi che Hollywood ha reso celebre e attraverso di loro Adexia ha individuato per *Panorama Economy* cinque tipologie di leadership. In cui tutti possono riconoscersi.

**Sergio Marchionne**  
«Il negoziatore»

«Tu non mi conosci, non sai quello di cui sono capace». Così si rivolge **Chris Sabian (Kevin Spacey)** a **Denny Roman (Samuel Lee Jackson)** in una scena de «Il Negoziatore». Varcando per la prima volta i cancelli del quartier generale Chrysler di Auburn Hills, Sergio Marchionne deve essersi rivolto ai manager americani con parole simili. La casa automobilistica americana era sull'orlo del collasso, e in pochi pensavano ad un salvataggio degli italiani a cui, qualche anno prima, General Motors aveva staccato un assegno da 2 miliardi di dollari pur di levarseli di torno. Ma Marchionne ha gonfiato il petto, offerto la migliore alleanza industriale possibile e senza mettere mano al portafogli è tornato a Mirafiori con il controllo del gruppo. In Italia negoziare è più difficile. Il petto di Marchionne è ancora gonfio e pensando alla Fiom, come Chris Sabian, starà pensando: «Relax, si rifaranno vivi».

**Luca Cordero di Montezemolo**  
«Robin Hood, il principe dei poveri»

Perché un leader sia un grande leader, deve avere la capacità di vedere il futuro, disegnarlo e condividere la sua visione con il gruppo. Nel futuro voluto da Robin Hood non c'era spazio per le prepotenze dello sceriffo di Nottingham. Pur di sbarazzarsene, riesce quindi a unire i personaggi più disparati, da little John al moro Azeem che compare nel «Robin Hood: principe dei ladri» dove è **Kevin Costner** a vestire i panni di **Robin di Locksley**. Non risulta che **Luca Cordero di Montezemolo** «rubi ai ricchi per dare ai poveri», né che scocchi frecce con la precisione di **Guglielmo Tell**. Eppure, anche lui riesce a scegliere bene collaboratori capaci e molto diversi tra loro - da **Jean Todt** e **Sergio Marchionne** - e a cementare il gruppo intorno ai suoi valori. Celebre l'aneddoto che lo vede rievocare il bisogno di umiltà tra i componenti del team Ferrari portando in riunione un saio da francescano. Sarà stato quello di **fra Tac**?

**Luciano Benetton**  
«L'attimo fuggente»

«O capitano! Mio capitano!»: questi versi di **Walt Whitman** diventano l'emblema delle lezioni del professor John Keating (**Robin Williams**) ne «L'attimo fuggente». La poesia è una chiave in mano ai suoi studenti per aprire sulla realtà finestre ancora chiuse, così da poterla osservare da prospettive ancora inesplorate. Al posto della poesia, **Luciano Benetton** ha utilizzato il linguaggio pubblicitario. E lo ha fatto spesso con la stessa libertà di Whitman attraverso l'obiettivo di **Oliviero Toscani**. Ne nascono messaggi altrettanto efficaci e controversi. Allo stesso tempo, non gli è mancata l'ispirazione per cogliere l'attimo fuggente anche in affari: non lasciandosi sfuggire la privatizzazione di Autogrill prima, tanto meno quella di Autostrade dopo. Come direbbe il professor Keating: «Carpe diem!».

**Emma Marcegaglia**  
«Elizabeth»

**Emma Marcegaglia** è la regina indiscussa degli industriali italiani. Ma la sua non è stata un'ascesa semplice, come non è stata semplice quella di **Elisabetta I d'Inghilterra**, la «regina vergine» che **Cate Blanchett** ha fatto rivivere qualche anno fa nel film «Elizabeth». In un ambiente prettamente maschile, Elisabetta riesce a emergere grazie all'autorevolezza delle proprie parole, nonché ad azioni, anche drastiche, che ne rinforzano la posizione. Allo stesso modo, in un panorama imprenditoriale guidato da figure maschili, Emma Marcegaglia ha rafforzato la sua leadership grazie a una comunicazione sintetica ed incisiva e a un carisma alimentato dai risultati professionali. D'altra parte, si sa che a corte è meglio circondarsi solo dei più fidati. Emma se n'è accorta a proprie spese quando il suo portavoce, **Renato Arpissella** ha alimentato il polverone intorno al presunto dossier Marcegaglia. Ma il trono è salvo.

**Renzo Rosso**  
«Pirati dei Caraibi»

**Renzo Rosso** è il pirata della moda italiana. Come **Jack Sparrow (Johnny Depp)** in «Pirati nei Caraibi», è stato capace di andare controcorrente, per diventare poi il riferimento del mercato. «Sono solo due le cose che contano davvero in mare: quello che un uomo può, e quello che uomo non può», afferma il capitano Sparrow. Nel mare della moda casual, Rosso è stato capace di gonfiare le vele della Diesel con venti carichi di nuove tendenze. Al momento poi di approdare e vendere i suoi jeans negli empori, è riuscito a comunicare in modo innovativo ed efficace. Sopra le righe così come il capitano Sparrow. Se mai si potessero incontrare, sarebbe un botta e risposta. Sparrow: «Un matrimonio? Adoro i matrimoni, da bere per tutti!». E a questo punto, Rosso penserebbe compiaciuto: «Smart has the plans, stupid has the stories». Che coppia.