

Un pensiero su Marchionne

di Marco Ghetti

Nel profilo che gli ha dedicato la settimana scorsa, l'*Economist* riporta di Sergio Marchionne una testimonianza che fa pensare. Sapete, dice l'AD della Fiat, quale è stata la montagna più ardua da scalare per fare il *turn around* del Lingotto? Non costruire nuovi processi, azzeccare nuovi modelli di vetture, o penetrare nuovi mercati. Niente di tutto questo. La cosa più difficile è stata demolire la vecchia struttura-cultura. Nel nostro modo di pensare occidentale ciò che è considerato il contrario della morte è la vita.



Nella cultura orientale il contrario della morte è la nascita. Questo ci suggerisce un modo diverso di guardare alla morte: come a dire che affinché sia possibile una nascita, o rinascita, è necessario una morte. Il giovane nasce quanto muore il bimbo; l'adulto quando muore il giovane, e via dicendo. E morire, punto fondamentale, non significa che se ne va tutto: una parte rimane e si trasmette alla fase successiva; un'altra parte invece se ne va.

Analogamente, vorrei proporre, la forza e la grande concretezza di Marchionne è stata soprattutto quella di comprendere, esattamente, quello che andata fatto morire della Fiat per poter far nascere una nuova azienda. Un'azienda che oggi appare irricognoscibile a tutto il mondo rispetto a pochissimi anni fa.

La sensazione che abbiamo, osservando molti degli sforzi di cambiamento e di rinascita in atto nel nostro panorama politico ed economico, è che invece si voglia rinascere senza lasciar morire niente. Si tende ad aggiungere il nuovo al vecchio, per paura di perdere qualcosa, invece di esercitare coraggio e comprendere ciò di cui dobbiamo disfarcì e ciò che ci serve davvero.

Nel piccolo o grande di ogni manager o imprenditore, si propone spesso questo interrogativo: a cosa deve rinunciare questa azienda per rinascere, o trasformarsi?

Marco Ghetti

Docente EMBA e coach