

Leadership asset strategico nel contesto di crisi globale

Silvia Pieraccini

La ricetta per diventare un leader non è facile da scrivere, ma parte da un punto fermo: la leadership è fondamentale in questa fase di tensioni geopolitiche e di mercati instabili, fase in cui le aziende hanno bisogno di certezze che solo un leader forte può dare. Lo ha ricordato Fabio Tamburini, direttore de *Il Sole 24 Ore*, aprendo ieri a Bologna, nella sede di Confindustria Emilia Area Centro, la sesta tappa di 'Leader by Example', il format ideato da Range Rover col Sole 24 Ore per raccontare i nuovi modelli di leadership sostenibile, inclusiva e orientata all'innovazione.

In un territorio ad alta vocazione industriale come quello di Bologna, Ferrara e Modena, l'imprenditore-tuttofare non basta più: «Delle 3.360 aziende nostre associate più del 90% ha meno di 50 dipendenti – ha spiegato Tiziana Ferrari, direttore generale di Confindustria Emilia Area Centro – e ha modelli organizzativi semplici, in cui il leader è l'imprenditore-azionista-manager. Ma ora l'impresa emiliana ha bisogno di fare un passo avanti, dobbiamo essere più strutturati e utilizzare la tecnologia per le funzioni meno creative».

Tra le caratteristiche che deve avere un leader per promuovere innovazione e crescita aziendale, Rosa Grimaldi, delegata del sindaco di Bologna alla Promozione economica attrattività, ha indicato l'umiltà e la solidarietà: «Un leader deve definire i valori dell'azienda e come trasmetterli a tutti i collaboratori», ha detto. Se nella leadership d'impresa possono essere d'aiuto le mappe cognitive, come ha spiegato Guido Fioretti, docente di Organizzazione aziendale all'Università di Bologna, un aiuto ulteriore può venire dall'allenamento: «Il leader è colui che si allena tutti i giorni per creare uno stile proprio, che non smette di evolvere», ha sottolineato Daniela Reggiani, executive coach Acc International coaching federation.

Il training giornaliero e la leadership condivisa sono due grandi motori: «L'obiettivo del leader dev'essere quello di far crescere chi gli sta a fianco, per formare una squadra affiatata che lo supporti», ha spiegato Marianna Brevini, ceo di Gb ServiceLab. Ma costruire una squadra vincente non è facile: «Occorre ascoltare le persone e intercettare le passioni, per fare in modo che i talenti giochino nel ruolo giusto e rimangano in azienda», ha affermato Emanuele Lumini, partner dello Studio Lumini&Associati. Ha creato un gruppo fondato su valori in grado di attrarre le persone la coop sociale Cartiera che, come ha raccontato il fondatore Andrea Marchesini Reggiani, ha dato vita a un laboratorio che produce accessori in pelle e tessuto per Lamborghini riutilizzando gli scarti di lavorazione.

«La leadership, o meglio l'autorevolezza, si costruisce prima di tutto col rispetto e poi con la capacità di mettere insieme abilità e competenze per creare la squadra», ha spiegato Massimo Melega, presidente Federmanager Bologna, Ferrara e Ravenna, mentre Cristiana Vignoli, ceo di Hemera, ha aggiunto che «il primo valore che deve fare da collante alla squadra è la motivazione, capace di muovere le persone verso il raggiungimento di un obiettivo».

Obiettivo che ha ben chiaro Franco Bertoli, advisor coaching ed ex capitano della Nazionale italiana di pallavolo: «Lavorate su voi stessi se volete essere un leader, riconoscete le vostre qualità e usatele». Il trasferimento della leadership nel passaggio generazionale può essere uno dei momenti più delicati nella vita di un'azienda. «Più che trasmettere ai giovani, cerco di progettare insieme a loro il futuro», ha detto Antonella Avram, ceo e co-fondatrice di Focalize Trend Technology. E se per Antonio Danieli, vicepresidente della Fondazione Golinelli «il leader sarà quello che rende coeso il proprio team massimizzando le differenze», per Marco Moscatti, ceo di Tec Eurolab «nel passaggio generazionale è importante trasmettere i valori dell'azienda, generare identificazione, permettere alle nuove generazioni di esprimersi». «L'esperienza va trasmessa non a chi è uguale a noi, ma ai giovani che vanno in giro per il mondo e parlano tre lingue», ha sintetizzato Gian Luigi Zaina, amministratore del maglificio Della Rovere. Giovani come Riccardo Zanzi, export manager Asia e Medio Oriente dei Vivai F.lli Zanzi: «Ho portato all'interno dell'azienda una visione completamente nuova», ha concluso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA