

GRUPPO GIOVANI UPI E GIA A PALAZZO SORAGNA LA CONFERENZA DI DALLEDONNE

# Il mercato è una guerra L'importante è decidere

## Napoleone o Cesare: cosa insegnano ai capitani d'industria

Lorenzo Cantanzi

«Cambiano gli strumenti, cambiano le distanze e i tempi per coprirle, ma in fondo, nei millenni, nulla è cambiato: con buona pace dei pacifisti, il mercato è come la guerra. Molteplici, doppiamente, sono i paragoni già sprecati fra Sergio Marchionne e Napoleone Bonaparte, due capitani, a modo loro, all'attacco di nuovi territori: Fiat che punta a conquistare l'America proprio come il condottiero corso tentò di espugnare Mosca.

Della similitudine fra impresa ed esercito la letteratura conta numerosi esempi, tuttavia nessuno, prima di Andrea Dalledonne, aveva interpretato l'argomento con stile tanto appassionante. Bolognese, da oltre 30 anni consulente d'impresa in materia di organizzazione, pianificazione strategica e controllo di gestione, nonché membro di numerosi consigli di amministrazione, Dalledonne rivisita la sua vasta esperienza imprenditoriale in un libro dal cui titolo, «Vincere, che impresa - Gestire l'impresa con l'arte della guerra», ben si intende quale sia il suo approccio ideale all'economia.

La conferenza che ieri a Palazzo Soragna lo ha visto protagonista assoluto non poteva che suscitare curiosità ed entusiasmo. «Lo ripetevano già i la-



Palazzo Soragna Andrea Dalledonne e Giusy Sassi.

### La presidente Sassi concorda

«Scelte aziendali come piani di battaglia»

«Speso in pieno la teoria di Andrea Dalledonne secondo cui una politica aziendale equivale in toto a un piano di battaglia. Mi associo in particolare all'idea secondo cui in Italia la figura del capo sia sempre stata vista più con sospetto e timore che con ammirazione e devozione». A parlare è Giusy Sassi, presidente del Gruppo Giovani dell'Unione Parmense degli Industriali, l'Associazione che di

comune intento con i Giovani imprenditori del Gruppo Imprese Artigiane ha dato vita al vivace incontro con il manager bolognese. Che sul tema della leadership aggiunge: «Moglio, dal punto di vista del capo, essere temuto o essere amato? Difficile stabilirlo. L'ideale è incurare il giusto rispetto. Personalmente - aggiunge -, dei miei superiori, ho sempre nutrito tanta paura».

«Si vis pacem, para bellum», se desideri la pace, preparati alla guerra. Non è forse - afferma Dalledonne - il mondo capitalistico, la miglior metafora in chiave civile di un conflitto militare? Dopotutto, i fattori con cui un dirigente d'azienda è costretto a convivere sono i medesimi di un generale: rischio, incertezza, complessità, gestione delle risorse umane».

Incazzato dalle domande della giornalista della Gazzetta Patricia Ginepri, Dalledonne si prodiga in una efficace rievocazione dei principali condottieri della Storia, attualizzando e trasferendo le proprie strategie dai poveri campi di battaglia ai virtuali terreni di caccia di un capitano d'industria: «Alessandro Magno, Giulio Cesare, Annibale, Hitler o Montgomery se ci riferiamo al XX Secolo: ognuno di loro, attraverso le proprie gesta, fa riflettere». E la cavallata di «capì» prosegue con Churchill e il suo sarcasmo, De Gaulle e la sua saggezza («Meglio prendere una decisione sbagliata che non decidere affatto»), l'immaginario Principe di Machiavelli e il suo drimismo. Una geniale associazione, quella formulata da Dalledonne, dal tono videriamente polemico: «Non esiste, nella nostra lingua, un perfetto sinonimo di leader. La cultura italiana non prevede la formazione di capi».