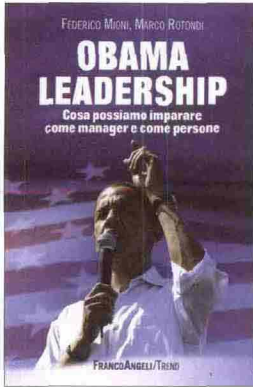


il libro del mese

Federico Mioni, Marco Rotondi,

OBAMA LEADERSHIP

Franco Angeli/Trend, Pagg. 224, Euro 23,00

In un articolo sul *Financial Times* dedicato all'Obama Style, Chrystia Freeland sostiene che mentre in tempi di crisi si fa appello a leader e manager forti – con un approccio alla “Top Gun”, mascella e denti serrati – ora si preferiscono “condottieri” in stile Obama. L'umiltà coraggiosa e l'ascolto, al posto dell'orgoglio arrogante e autoritario. Lo stesso Jack Welch, ex capo della General Electric e icona del vecchio modello imperiale, ha conferito a Obama una “A” per il suo stile di comando.

Ma al di là di queste suggestioni, in cosa consiste esattamente l'Obama Style e che cosa può effettivamente insegnare ai manager? Per la prima volta un libro approfondisce la questione, focalizzandosi sul rapporto tra lo stile di Obama e il management.

Gli autori – docenti di management e formatori – hanno analizzato la storia di successo del neopresidente americano ma “più vicina alle nostre vite di quanto potremmo pensare ad una prima analisi”, fino al momento del discorso di insediamento del 20 gennaio 2009. In particolare tutta la sua campagna elettorale, i suoi discorsi, i confronti con Mc Cain, sono passati al microscopio analizzando le radici delle sue scelte, le difficoltà incontrate e le modalità che ha utilizzato per superarle, i rischi che ha deciso di correre, il suo modo di affrontare i problemi, il tipo di relazioni che ha creato con le persone.

Scopriamo così che esiste un Obama Style. Uno stile caratterizzato da una grande coerenza e da una distanza molto breve fra il dire e il fare. Da una grande interdipendenza fra essere leader di se stessi e degli altri. Dall'importanza del saper vedere, abbracciare il cambiamento e guidarlo. Dal coraggio di andare per primi e la credibilità che ne consegue.

Dalla grande energia che scaturisce dall'uso della coerenza e dalla pratica dell'etica. Dalla necessità di non smettere mai di ascoltare, voler comprendere e imparare.

L'analisi della vittoria di Obama è scandita nel libro in capitoli tematici. Le difficoltà iniziali da superare. La rimozione dei più duri nemici del cambiamento: il cinismo e il falso ottimismo. La ricerca degli alleati del cambiamento: una comunicazione coerente, capace di conquistare i cuori e le menti. La gestione della vittoria e quella dei momenti di stanchezza.

Il rapporto tra il leader e il cambiamento. La difficile strada per essere innanzitutto leader di se stessi. In ogni capitolo le scelte e lo stile di Obama vengono sempre tradotte e contestualizzate in regole di comportamento e suggerimenti che potrebbero essere assai utili ai politici italiani, ma sono pensate soprattutto per i manager di aziende private o pubbliche, per i leader che guidano il cambiamento in grandi imprese o in piccoli uffici, e anche per tutte le persone che vogliono sviluppare le proprie potenzialità, valorizzando al meglio i propri talenti per divenire leader del cambiamento di se stessi.

Per tutti costoro quella di Obama – una storia affascinante di un improbabile cambiamento divenuto possibile – può essere un vero e proprio caso di studio, interessante per più ragioni.

Per superare la tentazione di tirarci fuori, quando ci lamentiamo di tutte le cose che non vanno intono a noi ma poi, davanti alla complessità e all'ampiezza del campo coinvolto, non facciamo nulla per farle andare meglio.

Per far cadere gli alibi dei capi: per quanto grande e complessa sia la situazione in cui si trovano a operare, risulterà comunque più semplice di quella in cui si è trovato a dover agire Obama.

Per capire che in ogni processo di cambiamento la fase più difficile e delicata consiste nel guadagnare la fiducia iniziale della maggioranza degli attori coinvolti.

Obama è riuscito a scuotere dal torpore, dall'apatia, dal qualunquismo una larga maggioranza di elettori americani ridando loro speranza, orgoglio e desiderio di un futuro migliore. Comunque andrà la sua presidenza, questo è già di per sé un grande successo.