

Fuori Pagina

Giuseppe Mariggò

www.ecostampa.it

Jonas Ridderstråle

Funky Business Forever

I bagni pubblici e Internet. La conoscenza e la libertà. Le donne e il potere. Benvenuti in un mondo governato dal mercato e dalle scelte delle persone

Il concetto di scelta è alla base di ogni democrazia moderna. La scelta dei fini e degli strumenti ci rende liberi. La libertà di impresa è il fondamento dell'economia. In tempo di liberalizzazioni, il sogno segreto di ogni imprenditore resta quello di svegliarsi e scoprire di essere un monopolista. L'innovazione permette di creare monopoli temporanei. Dal sogno alla realtà, la sfida - invece - è quella di essere unici - o almeno - di essere

percepiti come tali. La società dell'informazione, segna un nuovo passaggio dalla società dei processi industriali a un'altra, simile a quella agricola, in cui conta il contatto, la cura, la capacità di far crescere le cose. Molte aziende usano parole nuove, ma fanno pensieri vecchi: una specie di neoclassicismo tecnologico al contrario. Molte imprese fanno confusione tra "contatto" e "contratto", come se bastasse mettere un seme nella terra per fare

un buon raccolto: alcuni direttori marketing si dimenticano di annaffiare, togliere le erbacce e concimare. Per **Jonas Ridderstråle** (www.jonasridderstrale.com), questi dinosauri esecutivi sono destinati all'estinzione. Dalla logica lineare si passa alla logica relazionale. Come dice Ridderstråle nel suo "Funky Business Forever" (scritto a quattro mani con Kjell A. Nordström - in Italia edito da **Franco Angeli**), non c'è più una progressione lineare:

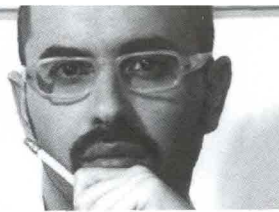
«non ci sono più i preliminari e poi il sesso». Ora le attività sono intrecciate. La nuova logica è interattiva.

Classe 1966, cresciuto a Staffanstorps, nel sud della Svezia, Jonas Ridderstråle è uno dei pensatori meno convenzionali e più influenti al mondo. Il suo approccio al management lo allontana dai pensatori di business tradizionali. Stile, energia e linguaggio creativo sono le sue caratteristiche principali. Ridderstråle vive a Stoccolma con moglie e due figli. Insegna

continua a pagina 127

Jonas Ridderstråle: Funky Business Forever (continua da pagina 127)

Intervista di Giuseppe Marigiò



alla Ashbridge Business School (UK) e alla IE Business School (Spagna) e presiede Mgruppen, nota società di management scandinava. *Dorme poco*, ha una passione per le candele profumate, ama le terme, vede poco gli amici, qualche volta si sente solo, ma da quando ha Twitter, ha un sacco di amici, che però non conosce. Lo abbiamo incontrato a Milano in occasione del World Business Forum. La sua ipotesi secondo la quale, le "Lehmann Sisters" avrebbero evitato la crisi meglio dei "Lehmann Brothers", resta da dimostrare. In un mondo - in cui la conoscenza è tutto - possiamo solo augurarci che le donne sappiano trovare un nuovo paradigma per coniugare la parola *potere*. "Funky Business Forever" è più di un libro, ma non è un manuale per dirigenti alla ricerca di idee nuove. Si tratta di un nuovo modo di vedere e intendere il cambiamento. Per molti è stato un pugno nello stomaco, per altri una fonte di ispirazione. «Un libro nato per distruggere, non per conservare».

Data Manager: I giovani sognano un lavoro da manager in grandi organizzazioni. I manager sono sempre più stressati e sognano spazi vuoti, dove pensare in libertà. Questo è un nuovo tipo di sofferenza?

Jonas Ridderstråle: L'antidoto alla complessità sarà la semplicità. E questo influirà sui desideri delle persone, sui comportamenti, non solo sui prodotti. Per sopravvivere tutti cercheranno il proprio angolo solitario, dove fuggire e sparire. Nell'era della comunicazione

globale il bagno è l'unico posto dove si può stare soli. I bagni pubblici in giro per il mondo sono più puliti, da quando gli uomini hanno imparato che - facendo la pipì da seduti - si possono avere entrambe le mani libere e navigare sul Web.

Troppe informazioni, nessuna informazione?

Non direi. Ma ci sono delle controindicazioni. Per esempio, i giovani hanno accesso alle informazioni in tempo reale e, di conseguenza, non hanno bisogno di pianificare. Oggi, il mondo è così interconnesso che si rischia di restare fermi.

Il mondo in cui è apparsa la prima edizione di Funky Business è cambiato...

Nel 2000, la frenesia della new economy era all'apice. E c'erano anche le Spice Girls. Con l'11 settembre la situazione è diventata più pesante. Ma il tasso di crescita di Brasile, Russia, India e Cina ha trainato l'economia del mondo. Bisogna chiedersi per quanto durerà. La Cina è un enorme "cubetto di ghiaccio", il più grande che sia mai esistito, ma si sta sciogliendo del 30% ogni anno, se i cinesi permetteranno alla loro moneta di apprezzarsi. Molto presto e molto velocemente, la Cina dovrà confrontarsi con i problemi di tutte le società avanzate e se non accetterà le regole della democrazia, sarà spazzata via. Non si possono fare prodotti innovativi senza libertà.

"Funky Business Forever"

è un libro «nato per distruggere, non per conservare». Perché?

Perché il cambiamento è nella natura delle cose, fa parte della vita. Ciò che resta immobile è già morto da tempo. Stiamo vivendo un cambiamento che ci porterà dalla supremazia del valore a quella dei valori, peccato che questo tipo di consapevolezza arrivi solo quando si rischia di toccare il fondo.

Le imprese grazie all'ICT sono costrette a essere più creative?

Ogni impresa lo è a modo suo. Molte imprese hanno selezionato un'unica razza di manager. Quando si seleziona una razza, poi si diventa fragili. La tecnologia abilita il cambiamento. La tecnologia apre alla trasparenza. L'intelligenza distribuita batte quella monolitica. Ma restiamo tribali e vogliamo appartenere a qualcosa. Il cambiamento - però - è personale e comincia da ciascuno di noi.

In un mondo complesso ricco di informazioni ci sono più pericoli?

È il modo di vedere il bicchiere mezzo vuoto. Io preferisco pensare che è la base per una rivoluzione. In una società piena di informazioni è più facile lasciare tracce. I comportamenti di tutti sono allo scoperto.

Questo potere nelle mani delle persone cambia il concetto di rappresentanza?

Di certo, pone interrogativi ai partiti, ai sindacati, alle organizzazioni. Il World Wide Web è il nuovo luogo della contrattazione collettiva.

Il potere si sta trasferendo da chi vende, a chi acquista.

La prima regola di questo nuovo ordine?

La libertà, con tutto quello che significa. Dobbiamo essere pronti a vivere in un mondo dove non ci sono più regole, "tate", "padrini". Più flessibilità significa meno regole e più libertà. Come quando si diventa grandi, più libertà significa anche più responsabilità. Siamo cresciuti e dobbiamo vivere in un mondo governato dal mercato e dagli uomini.

Il futuro?

La conoscenza è il nuovo campo di battaglia per le economie del mondo, le imprese e gli individui. Internet esiste. Il futuro non esiste e dipenderà dalle scelte che faremo. Se saremo in grado di controllare il cambiamento, il cambiamento non deciderà al nostro posto. Nella competizione non vincerà chi possiede la manodopera a basso costo, ma chi avrà la capacità di attirare i talenti.

I nuovi manager come saranno?

Non ci sarà un modello dominante, ma persone in grado di adattarsi a situazioni diverse, di fare da ponte tra i diversi tipi di sapere e di far lavorare le persone insieme, motivandole. Forse, non sarà uno specialista, forse non sarà laureato in economia. Probabilmente sarà una donna. Stiamo assistendo alla femminilizzazione di tutte le attività umane. Il potere sarà sempre di più nelle mani delle donne. Perché in una società della conoscenza si lavora con il cervello, non con la forza delle braccia. **DM**