id: 000000329

LA VOCE DEL POPOLO

Data: 30.07.2026 Pag.: 2
Size: 283 cm2 AVE: € 283.00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



Economia Impresa e leadership

DI **MARIAGRAZIA ARDISSONE**

In un tempo in cui la nostra meravigliosa lingua, l'italiano, è sempre più esposta alle influenze di inglesismi entranti nel nostro parlato comune credo sia bene fare mente locale e focalizzarsi su ciò che vogliamo realmente dire quando comunichiamo. Il mondo economico è profondamente abitato da questa tendenza, vuoi per la diffusione delle scuole di management nel mondo, vuoi per la crescente internazionalizzazione e globalizzazione cui anche le imprese sono chiamate a dare risposta. Esiste un termine sopra tutti, leadership, che a mio avviso merita attenzione: chi è un leader e cosa è chiamato a fare? Credo che la risposta a tale domanda sia figlia dei tempi in evoluzione e dello sviluppo della cultura di impresa. Anni fa leader e capo erano termini sovrapponibili, radicati in una cultura d'impresa a struttura gerarchica piramidale. Oggi, per contro, appare chiaro che per navigare e gestire nella complessità in cui siamo immersi, serve molto di più di un modello organizzativo e di una gerarchia. Davanti ai nostri occhi oggi si palesa un'altra e diversa consapevolezza: la leadership non è necessariamente affare di competenze, prescinde dal ruolo e fa riferimento alla postura che la persona assume e alle attitudini che esprime nel ruolo stesso. Molto di più dell'esser bravi amministratori, capaci di far quadrare i numeri e raggiungere risultati. Contano cosa facciamo, le competenze tecniche con cui ci adoperiamo, ma certamente ha un peso crescente la nostra capacità di risposta e armonizzazione dei bisogni delle persone e dell'organizzazione. Vale ora la capacità di unire chi siamo, chi sappiamo essere nelle imprese e cosa sappiamo fare. Le competenze tecniche definiscono cosa sappiamo fare, ma non sono sufficienti. Molteplici studi recenti, realizzati da diversi osservatori sul mondo del lavoro, focalizzano bene il punto: il manager del futuro, dicono i professori Borgonovi, Abramo e Mesa per Asfor, sa gestire le tecnologie, ha pensiero critico e veste una leadership etica e credibile. In altri termini, viene dichiarata "l'etica come fondamento, la coerenza come metodo costruttivo, l'affidabilità come risultato riconosciuto e la leadership come manifestazione visibile di questo equilibrio dinamico". Le competenze distintive secondo lo studio (integrità morale, affidabilità, autenticità, capacità di guida, ascolto attivo e influenza positiva) non passano dalla gerarchia o dal ruolo, ma dalla persona: sono attitudini e abilità da allenare ogni giorno e trovano terreno fertile nelle relazioni e nella responsabilità condivisa. Siamo pronti a far accadere tutto ciò?

Alcuni messaggi pubblicitari offrono condizioni favorevoli di acquisto, cioè sconti sul prezzo, presentandoli col termine di vantaggi. Dato che si tratta di slogan mai sentiti in passato e ora invece ricorrenti, il linguista sospetta l'introduzione di una nuova moda espressiva, paragonabile a quella dell'uso senza senso dell'aggettivo iconico: oggi tutto è iconico, anche se non si sa bene che cosa davvero significhi. Il vantaggio, ci dice l'etimologia, è ciò che ci pone in condizione più favorevole rispetto ad altra persona o in una data situazione. Trarre vantaggio significa guadagnare di più, trovare vantaggio da una medicina è ottenere un miglioramento di salute, la regola del vantaggio nel calcio consente a chi ha subito un fallo di poter continuare a giocare senza interruzione, ecc. Ma parlare di duecento euro di vantaggio sull'acquisto di un prodotto non è espressione appropriata. Vantaggio deriva infatti dal francese *avantage*, ciò che è posto davanti, *avant*: quindi qualcosa di positivo per confronto con altro. Sia il francese *avant*, sia l'italiano avanti hanno una lontana origine tardolatina: dalla locuzione *ab ante*, composta da *ab* (da) e *ante* (prima). Come si vede, anche qui è un'espressione non assoluta, ma che nasce per confronto.

Le competenze passano dalla persona, non dal ruolo

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario, Non riproducibile

id: 000000329

LA VOCE DEL POPOLO

Data: 30.07.2026 Pag.: 2
Size: 283 cm2 AVE: € 283.00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario, Non riproducibile

