

MARCHIONNE: ANATOMIA DI UN MITO

“**I** am a fixer, io metto a posto le cose”. Così si presenta Sergio Marchionne a Tommaso Ebhardt, giornalista di *Bloomberg* e autore della biografia del celebre manager scomparso nel 2018, **Sergio Marchionne** (Sperling&Kupfer, 341 pagine).

Il fatto che Marchionne sia stato un manager visionario e allo stesso tempo efficace lo dimostrano i risultati: in quattordici anni evita il fallimento di Fiat, decuplica il suo valore in borsa e la porta ad essere la sesta società automobilistica al mondo. Un manager che parla poco, in modo diretto, ma capace di ottenere la fiducia degli investitori. Un maniaco dei dettagli che ascolta e decide velocemente, in modo anche brutale.

Appena insediatosi in Fiat, taglia intere linee di dirigenti, elimina decine di uomini della vecchia guardia. Azzerava il management, sradica lo status quo, riduce la catena gerarchica. I superstiti vivono un'esperienza di lavoro totalizzante che travolge la vita delle persone che lavorano con lui, la parola “fine settimana” perde di significato.

Una rivoluzione, uno stravolgimento destinato a cambiare le sorti della Fiat in crisi. I risultati però arrivano. Nel 2007 viene lanciata sul mercato la nuova Fiat 500, simbolo del boom economico e ora rinascita dell'azienda torinese. Il titolo azionario raggiunge i suoi massimi a Piazza Affari. Il brand della casa automobilistica ritorna al suo splendore. Sempre nel 2007, il gruppo realizza 2 miliardi di utili. Non basta, l'azienda resta troppo concentrata sulla sola Europa, non rischia più la bancarotta ma rimane “piccola” secondo Marchionne. Il 2008 è ancora un anno record per profitti, ma anche questo non è sufficiente per Marchionne, che intuisce di dover portare l'azienda fuori dai

suoi mercati di riferimento, espandersi all'estero, cercare alleati. Qui inizia l'avventura che porterà Fiat ad acquisire Chrysler e diventare così una “grande” dell'industria automobilistica internazionale.

Per Ebhardt, Sergio Marchionne è stato un manager intelligente e ambizioso, determinato, con una forte velocità di pensiero, scaltro e con abnegazione totale verso il lavoro. Doti, queste, che ne hanno fatto una rockstar in ambito manageriale, un'icona intoccabile. È proprio così? No, secondo Francesco Varanini, autore del libro **Marchionne non è il migliore dei manager possibili** (Guerini Next editore, 184 pagine), che “mette in crisi” già dalle prime pagine il modello Marchionne, certe scorciatoie decisionali, la scalrezza tanto apprezzata dal grande pubblico, manager compresi. La scalata di Marchionne al mercato internazionale dell'auto viene qui vista invece come uno sradicamento dal mercato italiano, con la conseguente riduzione dei livelli occupazionali e lo smantellamento delle attività di ricerca e sviluppo. Per l'autore, Marchionne svende il valore dei marchi Fiat, Alfa Romeo e Lancia a favore del brand Jeep. Nel 2008 viene chiusa la scuola di formazione interna Isvor, per anni luogo di trasmissione della cultura aziendale Fiat. Per Varanini, Marchionne passa dal principio del “creare valore” a quello dell’“estrarre valore”, dove anche il costo del lavoro deve essere minimizzato.

Avere dei modelli di riferimento aiuta senza dubbio ma, ci ricorda Varanini, bisogna sempre osservare e capire, avere una propria visione del mondo, dove competenza ed etica del singolo possono e devono fare la differenza. Perché per essere un buon manager non basta indossare il rassicurante maglione di Marchionne.

SERGIO MARCHIONNE
di TOMMASO EBHARDT



FRANCESCO VARANINI

**MARCHIONNE
NON È IL MIGLIORE
DEI MANAGER POSSIBILI**



gueriniNEXT