

Economia

Imprese **che impresa**

di **Giovanni Costa**



Se non sei un monaco fai attenzione all'abito

D'accordo, l'abito non fa il monaco, ma con il manager come la mettiamo? Alcuni giorni fa a una conferenza al Bo, un imprenditore ha notato con stupore misto a soddisfazione che gli studenti erano vestiti ammodo. Da questo a ritenere che a lezione come vorrebbe Sarkozy, si alzino in piedi quando entra il docente, ce ne corre. È importante come si veste in azienda? C'è un modo di vestire che rispecchia la cultura, lo stile dell'azienda. Con un po' d'occhio, sull'Eurostar delle 8.14 che da Padova va dritto fino a Milano in meno di due ore (una volta tanto, complimenti a Trenitalia), si arriva a capire da come veste se la persona che vi sta di fronte proviene da un'Asl, una multiutility, una banca, un'azienda metalmeccanica o una delle grandi venete dell'abbigliamento e dell'occhialeria. I chioschi degli aeroporti americani sono pieni di volumetti con titoli del tipo Dressing for career success, che oltre a come vestire, insegnano come mangiare, come amare, come bere per far carriera.

Louis Gerstner, il grande manager chiamato negli anni Novanta a salvare l'Ibm, si presentò all'appuntamento con la prima linea della dirigenza con una bella camicia colorata, mentre tutti erano in camicia rigorosamente bianca e cravatta regimental. Per non passare come troppo diverso (proveniva da un'azienda di beni di largo consumo), l'indomani arrivò in camicia bianca. Notò con sgomento che tutti avevano adottato una camicia colorata. Questo gli fece capire meglio di decine di riunioni, uno dei più gravi problemi dell'Ibm: i suoi dirigenti. E ne dovette licenziare una buona parte. Ci sono aziende in cui tutti vestono come il capo. Altre in cui nessuno può vestire come il capo. Altre ancora in cui ognuno veste come gli pare. Le cose si complicano, ma solo per le donne, quando il capo è una donna. Tutti hanno in mente il mitico orologio sopra il polsino e la cravatta sopra il pullover di Gianni Agnelli, ora sostituiti alla Fiat dall'altrettanto mitico maglione nero di Marchionne. Oppure gli inconfondibili occhiali di Mario Moretti Polegato o la camicia aperta sul collo senza cravatta di Riccardo Illy. Questa ha avuto in certi ambienti così tanti imitatori che oggi ci vuole una qualche dose di anticonformismo per portare la cravatta. Come continua a fare, per esempio, Mario Carraro, noto per prelevarla ogni giorno, sabato escluso, dalla sua preziosa collezione firmata Hermès.

Probabilmente l'abbigliamento da adottare in azienda, come in molti altri luoghi che non siano le sfilate di moda, è quello che consente dopo l'incontro o la riunione, di essere ricordato per le cose dette o fatte e non per il vestito. Il che significa che è meglio dedicare più attenzione alle cose che si dicono e si fanno cercando solo di non segnalarsi per un abbigliamento non coerente con quelle cose. Attenzione, funziona solo in aziende con persone in grado di capirle.

g.costa.cdv@virgilio.it

