Introduzione

Che cosa: una storia

Un racconto che, casualmente, comincia quarant'anni fa.

La storia è, certamente, quella di Methodos, nata nel 1979 e che si innesta su un terreno già fertile, pronto ad accogliere la riflessione sul cambiamento culturale e organizzativo.

Ma questa, soprattutto, è la storia di aziende che hanno conosciuto Methodos e accettato di raccontarla attraverso le lenti dell'esperienza. Donne e uomini immersi nella società che li circonda, in un paese molto cambiato durante questi quattro decenni, come raccontano le immagini che, in una sezione del libro, rimandano a flash di costume, tecnologia, attualità.

Al lettore è proposto quindi un racconto e insieme un confronto sul modo in cui le organizzazioni hanno gestito i cambiamenti suggeriti dal mercato e dall'evoluzione culturale della società: la capacità (o difficoltà) di leggere e interpretare il contesto, di accogliere e magari anticipare gli scenari, di influire sulle dinamiche che definiscono il business.

Le linee interpretative sono macrotemi: leadership, learning organization, comunicazione, cultural change management, stakeholder governance.

Tasselli che negli anni si avvicinano, si integrano a vicenda per definire un comune percorso verso il cambiamento continuo, cifra del nostro presente.

Macrotemi si intrecciano alle relazioni tra persone e tra imprese, relazioni magari carsiche, capaci di rinnovarsi anche in fasi diverse per dar

vita a nuovi progetti, come emerge dal flusso di un racconto che, proprio per questo, non vuole essere scandito rigidamente dalla cronologia.

Come: dentro la scatola nera

Dentro la scatola nera è un libro di Nathan Rosenberg molto studiato dalla storia dell'economia e dell'innovazione. A noi offre una suggestione, una duplice chiave per «aprire» queste pagine.

Per un verso, la scatola nera è quella da smontare, nella quale comunque guardare per orizzontarci nell'epoca in cui viviamo, a cavallo di una – conclamata – ulteriore rivoluzione industriale.

Lo ha fatto Methodos, nel corso di quattro decenni di cambiamento nei paradigmi organizzativi e tecnologici, affiancandosi a imprese ciascuna diversa e peculiare: perché l'impresa, come soggetto storico, è una comunità di persone, ha una cultura (che si mangia la strategia a colazione, insegna Drucker) e perfino un'antropologia della globalizzazione (insegna Sapelli) che non si comprendono senza adeguati strumenti, senza un metodo.

Infine, al lettore curioso del mondo può risultare una scatola nera il ruolo stesso di chi, come Methodos, trasforma se stessa mentre intorno il mondo cambia. Costantemente.

Allora il libro prova a rintracciare la genesi di un peculiare tipo di consulenza, che matura già alla fine degli anni Sessanta nel nostro paese, già capace di guardare al mondo (come è descritto nella prima parte del volume); e poi indaga su che cosa ciò significhi ai giorni nostri, nella temperie dell'epoca digitale e di un'economia alla ricerca della bussola (è la seconda parte).

The Red Side of Change. Storia di una società nata per cambiare racconta questa storia ascoltando Methodos e le imprese che essa ha accompagnato, portando testimonianza diretta della loro esperienza e della loro capacità e delle loro attese verso il cambiamento.

*Francesco Samorè, Elisabetta Peracino**

* Elisabetta Peracino, Senior Editor Methodos Italia