

Mauro Porcini, il leader che ha il coraggio di sbagliare

Pubblicato: Giovedì 19 Novembre 2015



Quando la mattina del 6 novembre 2013 **Mauro Porcini** salì sul palco del **World Business Forum di Milano**, uno dei più importanti think tank a livello mondiale, lanciò alla affollatissima platea un messaggio molto importante: internet sta liberando chi vuole fare qualcosa per il mondo e non vuole conservare. Questo è quello che sappiamo, mentre non sappiamo dove si sta andando.

Chi lo stava ascoltando in quel momento (oltre duemila persone tra imprenditori, manager e opinion leader) rimaneva colpito dal fatto che lo **chief design officer della PepsiCo**, quindi uno dei leader carismatici della grande multinazionale americana, ammetteva di non avere una verità in tasca e al tempo stesso di essere pienamente consapevole di trovarsi nel bel mezzo del cambiamento.

Partendo dalla considerazione che non si può fare innovazione se il nostro **Know how non comunica con gli altri**, Porcini smontò pezzo a pezzo i componenti del vecchio sistema. Non esiste più un consumatore target perché nel momento in cui si cerca di categorizzare le persone tutto si sovrappone e di conseguenza non è più sufficiente investire e innovare su una singola dimensione. Ciò che invece bisogna fare è focalizzarsi sull'esperienza che viene generata nelle persone, da non considerare più solo come semplici consumatori.

Tutto intorno a noi comunica qualcosa e questo qualcosa è nella maggior parte dei casi condiviso. È per questo che non bisogna parlare più alle persone ma con le persone e archiviare concetti come la **“customer satisfaction”** (la soddisfazione del cliente) per affermare invece **“l'amore per il cliente”**, attorno al quale bisogna creare sorpresa. Tutto questo processo non è semplice tanto è vero che per

usare le parole di Porcini «Il brand moment lotta per la condivisione delle menti e pochi ci riescono». Tra quelli che ci sono riusciti ci sono sicuramente **Steve Jobs** e il nostro **Adriano Olivetti**.

Porcini alla fine del suo intervento lanciò un messaggio ancora più importante del primo: «**Il cancro delle aziende di oggi è la paura di fare sbagli. Bisogna invece costruire una cultura che celebri anche gli errori**».

Questa mattina, giovedì 19 novembre 2015, Mauro Porcini parlerà agli studenti del liceo scientifico Galileo Ferraris di Varese dove un tempo fu studente. Chissà se i suoi ex professori oggi sarebbero disponibili a celebrare anche la cultura dell'errore.

Leggi anche

- **Varese** – Dal Ferraris a PepsiCo: Mauro Porcini torna al liceo
- **Varese** – Mauro Porcini, guru del design della Pepsi , ospite al Ferraris
- **Varese** – Alla Varese Design Week è la giornata della creatività varesina nel mondo

Michele Mancino

michele.mancino@varesenews.it