

IL DECALOGO

Da Steve Jobs a Farinetti, 10 imprenditori diventati grandi grazie alla retorica

Il fondatore di Apple mago nella tecnica dell'enumerazione, il patron di Eataly interprete dell'ottimismo. E poi O'Leary, Branson e Olivetti. Ecco le dieci regole per convincere il proprio pubblico

Dieci imprenditori, dieci regole

Dieci imprenditori diventati grandi grazie all'utilizzo dell'arte oratoria, della parola, della persuasione e del coinvolgimento. E insieme - liberamente associate - dieci regole della retorica per comunicare bene in pubblico ad uso di imprenditori che devono coinvolgere collaboratori e staff, startupper che devono affrontare un pitch o convincere un potenziale investitore. A elaborarle, per Corriere Innovazione, la neonata [Associazione per la retorica](#), che si presenta il 22 aprile a Roma.



«La *téchné rhetoriké* – spiegano i fondatori dell'associazione Andrea Granelli e Flavia Trupia - è tecnica ma anche arte retorica. Non ci insegna solo a esprimerci con efficacia ma soprattutto a «ben ragionare». Anzi è la più importante tecnologia della mente di cui disponiamo. Ben nota agli antichi (e un po' meno a noi moderni) era la base del curriculum studiorum della classe dirigente».

Steve Jobs (fondatore di Apple). È stato un vero tecnico dell'arte del dire. Preciso e puntuale. Il re dell'enumerazione composta da tre argomenti. Un esempio? Il famoso discorso di Stanford iniziava così: *«Sono onorato di essere qui con voi oggi, nel giorno della vostra laurea presso una delle migliori università del mondo. Io non mi sono mai laureato. A dir la verità, questa è l'occasione in cui mi sono di più avvicinato ad un conferimento di titolo accademico. Oggi voglio raccontarvi tre episodi della mia vita. Tutto qui, nulla di speciale. Solo tre storie».*



Regola numero 1

Ricordarsi sempre della legge fondamentale della retorica: **l'oratore – colui che parla o scrive per convincere – non è mai solo**. Si esprime sempre in concomitanza o in opposizione ad altri oratori (presenti o impliciti nelle credenze dell'uditorio), e sempre in funzione di altri discorsi

Adriano Olivetti: Il Presidente di Olivetti era un uomo insolito. Parlava come un profeta. il suo dire era intriso di figure immaginifiche e costruzioni complesse, ma dalla logica stringente. Molti i riferimenti al divino. «Per questo motivo - disse agli operai inaugurando lo stabilimento di Pozzuoli - un giorno questa fabbrica, se le premesse materiali e morali intorno ai fini del nostro lavoro saranno mantenute, farà parte di una nuova e autentica civiltà indirizzata ad una più li bera, felice e consapevole esplicazione della persona umana. E' questo l'augurio più alto che mi è ca ro rivolgere parlando oggi, per la prima volta, ai nostri lavoratori di Pozzuoli, onde per lunghissimi anni la Provvidenza di Dio protegga la loro coscienziosa e intelligente fatica, per farla risplendere in pacata letizia sulle loro case e sulle loro amate famiglie»

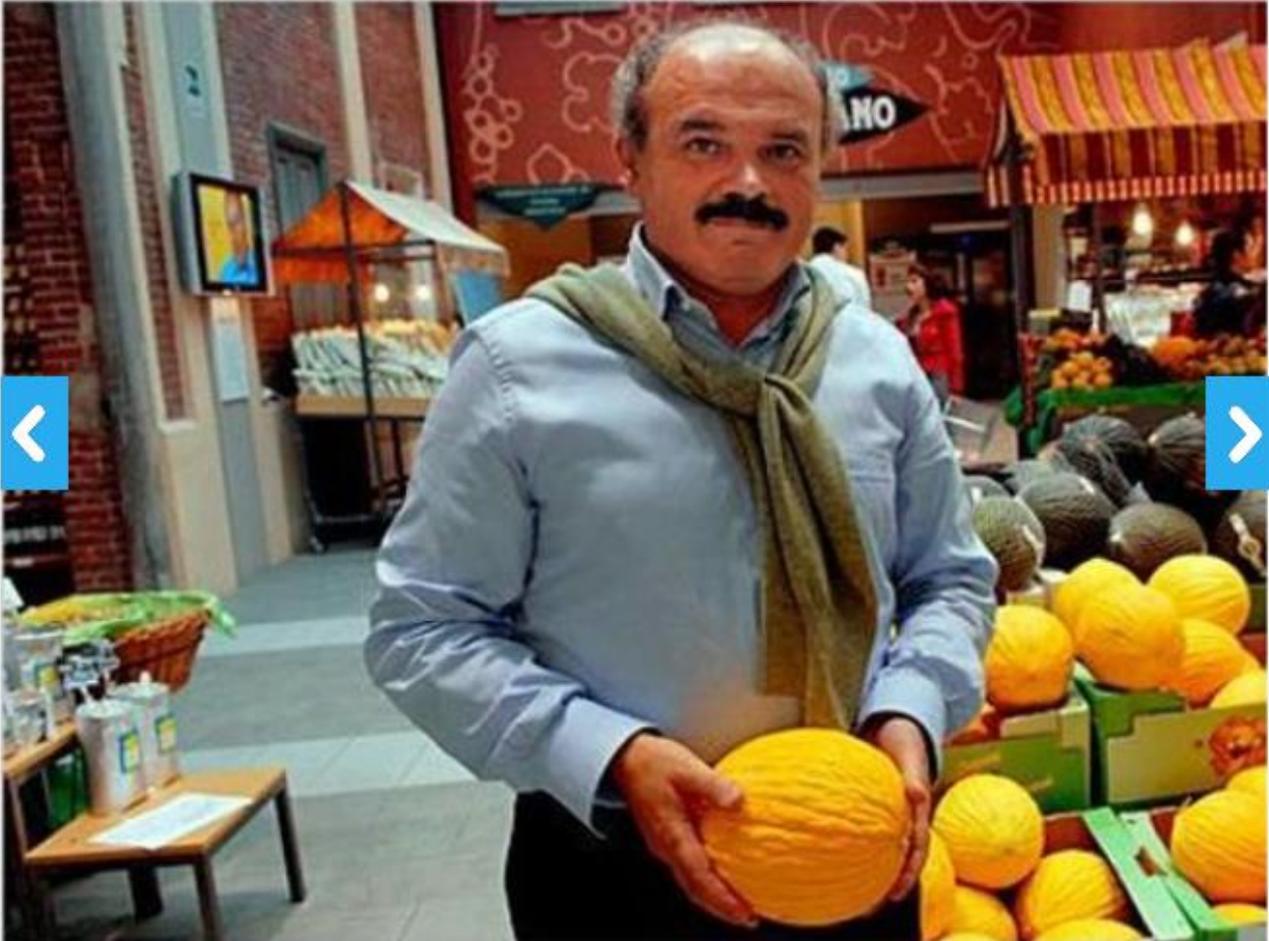


Discorso di Adriano Olivetti in occasione dell'inaugurazione dello stabilimento Olivetti di Pozzuoli, aprile 1955 (Fonte: storiaolivetti.it)

Regola numero 2

Costruire – come ci ricorda Cicerone nel suo De oratore – sempre un **impasto indissolubile tra res e verba**, tra argomenti e forme espressive; i fatti non sono più importanti delle parole e le parole non lo sono più dei fatti

Oscar Farinetti: Il fondatore di Eataly è portatore di entusiasmo, perfetto interprete del topos dell'ottimismo. Famoso un suo discorso in cui spiega la formula del fattore C (Lezione sul coraggio, Telecom, Italian sessions, giugno 2011). *«C'è chi ricorda e memorizza le sfighe e le racconta e c'è invece chi ricorda e memorizza le fortune e le racconta»*, dice Farinetti.



Regola 3

Ricordarsi il principio di incertezza di Quintilliano: **gli schemi o i metodi non possono comprendere la complessità del reale**. Ogni tassonomia, catalogo di strumenti o metodo sarà sempre parziale

Angela Ahrendts: La vice presidente senior del retail e delle vendite online di Apple. Bella e di successo. Riesce a lasciare la sua impronta quando dimentica la maniera e racconta se stessa. Il giorno successivo alla sua laurea, ad esempio, Angela è in partenza per New York, il cuore della fashion industry americana. *«All'aeroporto, quel giorno, mio padre cercava disperatamente di non piangere e mia madre continuava a chiedere quando sarei tornata a casa. Alla fine, quando ero in procinto di imbarcarmi, mi sono girata e mi sono lasciata uscire di bocca il sogno della mia vita: «Tornerò a casa quando diventerò presidente di Donna Karan». Naturalmente, da donna con i piedi per terra, mia madre era preparata a una lunga assenza. Circa dieci anni dopo, ero seduta nel mio nuovo ufficio nella settima strada, quando il telefono squilla. Chi poteva essere, se non la mamma? Mi disse: «Congratulazioni, ora sei presidente di Donna Karan, quando torni a casa?»»* (8 maggio 2010, Commencement address, Ball State University, Usa)



Regola 4

Iniziare sempre con la «captatio benevolentiae» («assumendo» anche uno specifico carattere – l'ethos – adatto all'uditorio) per ottenere innanzitutto la sua fiducia

Richard Branson: L'amministratore e fondatore di Virgin. Sfrontato e ipercreativo, stupisce sempre. «Le opportunità in affari sono come gli autobus - dice una delle sue frasi - C'è n'è sempre un altro in arrivo».



Richard Branson, il patron di Virgin, travestito da hostess

Regola 5

Ricordarsi sempre che «**Excusatio non petita, accusatio manifesta**»

Micheal O'Leary: Il fondatore di Ryanair. Irlandese durissimo, gergale al limite della maleducazione e famoso per la mimica. Tra le sue frasi celebri: *«Se portiamo gente ricca sui nostri voli? Sì. Ne ho preso uno stamattina, ed io sono molto ricco»*.



Regola numero sei

Usare sempre i 3 «mezzi di persuasione» (ethos, pathos, logos) enunciati da Aristotele

Carly Fiorina: Ex Ceo di Hewlett Packard e ora in politica. Comunicatrice molto convincente, è stata capace di rinascere dopo il «licenziamento in tronco in HP». Carly Fiorina ha una comunicazione «autentica», dove il logos riflette il bios (ciò che si dice da come si vive). «La cosa peggiore che potevo immaginare è avvenuta. Ho perso il mio lavoro nel modo più pubblico possibile, e la stampa ne ha parlato in tutto il mondo. E pensa: sono ancora qua. Sono in pace e la mia anima è intatta». (Carly Fiorina, Commencement Address, BusinessWeek, 9 maggio 2005)



Carly Fiorina, ceo di Hewlett Packard dal 1999 al 2005 e ora esponente del Partito Repubblicano (Gage Skidmore da Wikipedia)

Regola 7

Usare il più possibile il Principio di Teofrasto secondo cui **non bisogna mai spiegare tutto in modo puntiglioso e prolisso**, ma bisogna sempre lasciare all'uditore qualcosa da comprendere e da dedurre da solo (sentirà più «suo» il ragionamento)

Sheryl Kara Sandberg: Il direttore operativo di Facebook unisce l'arguzia politica con una grande competenza di business.



Regola numero 8

Ricordarsi dell'efficacia del **principio del tre** (è il «numero perfetto» di cose importanti da dire e ricordare): se è una è «indottrinamento»; se sono due è un suggerimento incompleto; se sono quattro, sono già troppi elementi da ricordare.

Maryssa Mayer, ceo di Yahoo è autentica e fresca, unisce dolcezza e determinazione. Ha rivoluzionato l'impresa e affascinato il mondo del business



Regola 9

Usare – quando si è in difficoltà – il corax (una delle tecniche retoriche più antiche): **l'apparenza inganna**: quella che sembrerebbe la causa più naturale ... non può esserlo ... è troppo prevedibile

Guy Kawasaki: Ex Chief Evangelist di Apple, sa avvicinare il futuro alla gente. Ha teorizzato tre pilastri per incantare le persone: likability (Non puoi piacere alle persone se non piaci a loro); fiducia; qualità



Regola numero 10

Ricordarsi l'importanza dello stile e la sua dipendenza sia dalla propria personalità (autenticità) che dal contesto in cui si comunica (per non essere «fuori luogo»).