

Liberté, égalité et fraternité, con quel che segue

Pubblicato: Sabato 16 Luglio 2005

Il Decreto legislativo 231/2001 menzionato nella rubrica della scorsa settimana aveva introdotto esplicitamente la questione morale nella gestione di impresa riferendosi alla definizione di un codice etico da parte delle imprese.

Non v'è dubbio che l'impresa abbia implicazioni che trascendono il campo esclusivamente economico. Le fondamentali esigenze di un'impresa sono fare utili e consolidarsi per durare, in ciò adempiendo alle aspettative del fondatore e degli investitori. Ma una volta costituita, si trova ad avere doveri e responsabilità verso altri soggetti: verso i dipendenti, che in essa trovano la fonte di sussistenza per sé e per le famiglie; verso i clienti, che dalla sua produzione dipendono per soddisfare i propri bisogni; verso l'ambiente, che deve essere rispettato perché è un bene di tutti, nel presente e nel futuro; verso i concorrenti, con i quali la battaglia deve essere condotta con mezzi corretti e leali.

La dottrina di gestione aziendale ritiene che questa molteplicità di motivazioni possa e debba essere condensata nel cosiddetto "mission statement", che si può tradurre con "dichiarazione della propria missione". E' un tema su cui si è molto discusso, e che è interessante approfondire. Questa dichiarazione è stata definita come il faro operativo, etico e finanziario delle imprese. Non sarebbe un semplice motto o slogan; è fondamentalmente concepita per dire esattamente cosa la organizzazione intende realizzare.

Vediamone alcuni esempi:

Ford Motor Company al principio del 1900: "la Ford intende democratizzare l'auto"; Wal-Mart, grandi magazzini a basso prezzo, nel 1990: "diventare una società da 125 miliardi di dollari per il 2000", e attualmente: "dare alla gente comune la possibilità di comprare le stesse cose dei ricchi"; 3M: "risolvere in modo innovativo problemi non risolti."

La dichiarazione di missione dovrebbe essere la sintesi di una visione degli scopi e dei mezzi per ottenerli che ispira l'impresa. Questa sintesi serve quindi per i dipendenti, per dare loro ispirazione, riferimento e senso di appartenenza nel loro diuturno lavoro; per il mercato, perché abbia fiducia nella società; per la direzione aziendale, perché approfondisca il giudizio sulle circostanze e le azioni da intraprendere alla luce di un criterio guida.

E non sarebbero solo le grandi aziende a doversi dotare di una "dichiarazione di missione", ma anche le piccole imprese familiari. Certo la sua formulazione può essere un'occasione perché l'imprenditore si ponga le canoniche domande esistenziali: chi sono, di dove vengo, dove vado. Ho visto citato un caso interessante, quello di una drogheria, azienda familiare con singolo negozio, vicino alla quale era stato aperto un grande magazzino con più varietà di merce e a prezzi inferiori. La famiglia, dopo un tentativo suicida di fare battaglia con maggior assortimento e riduzioni di prezzo, decise che la missione del loro negozio sarebbe stata quella di qualificarsi per una clientela più selettiva offrendo scelte di prodotti raffinati e fornendo servizi aggiuntivi. In un anno le vendite raddoppiarono e l'acquisto medio per cliente passò da 12 a 25 \$. Il titolare concluse che l'apertura di un grande magazzino nelle sue vicinanze era stata la miglior fortuna che potesse capitargli.

Detto questo ho tuttavia l'impressione che le dichiarazioni di missione siano dopotutto motti e slogan. Benvenute se la loro formulazione è un pretesto ed occasione per ragionare sul mercato in cui l'impresa opera, sui suoi prodotti, sulla sua clientela, sulla sua organizzazione, sulla strategia operativa, sui modi per ottenere il massimo da tutti i fattori produttivi e per svilupparsi e consolidarsi sul mercato. Una volta fatto questo, che è esercizio essenziale sul quale continuamente affilare l'intelligenza, la "mission statement" può essere una stimolante sintesi, come certe scritte sulle magliette; una dichiarazione di appartenenza. E non solo nel campo aziendale. Ecco alcuni di questi motti, che mi paiono particolarmente significativi.

L'Ordine di San Benedetto: ora et labora (prega e lavora); la frase ripresa da un grido della folla in Sicilia prima della spedizione di Garibaldi per annettere Roma all'Italia (fu poi ferito ad Aspromonte dalle truppe piemontesi e arrestato): o Roma o morte; la Polizia di Los Angeles: proteggere e servire; la Compagnia di Gesù: ad maiore Dei gloriam (a maggior gloria di Dio); il Partito Comunista: proletari di tutto il mondo, unitevi.

E infine, a mio avviso la più significativa sintesi di progresso umano, sociale e politico: liberté, égalité, fraternité. Peccato che ne seguì il Terrore e la ghigliottina. Non basta il motto; bisogna ragionare, valutare e agire con coerenza.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it