

## Nutrire il bisogno di etica

Filippo Antonio De Cecco

Il Gruppo De Cecco è leader di qualità in Italia e nel mondo con un brand storico che contribuisce a veicolare l'immagine del nostro Paese nelle 87 nazioni in cui è presente a livello globale. Nonostante l'estensione della sua presenza con filiali estere in Usa, Inghilterra, Francia e Germania, ha scelto di continuare la sua tradizione di radicamento nel territorio abruzzese dove il marchio è nato oltre centoventidue anni fa. Fondato nel 1886 a Fara San Martino, in provincia di Chieti, continua, infatti, a produrre una pasta di qualità superiore nella sua storica sede, nel rispetto dei metodi tradizionali di produzione e secondo la stessa ricetta di 122 anni fa, coniugando tutto ciò con le garanzie di un processo industriale tecnologicamente all'avanguardia e di un prodotto certificato. Un particolare legame unisce De Cecco agli Stati Uniti d'America dove è stato il primo produttore di pasta a sbarcare: proprio a Chicago nel 1893 la World Columbian Commission premiava la pasta De Cecco «Macaroni Vermicelli» «for superior manufacture, color and firmness of form after cooking». Una lunga lista di certificazioni garantisce, oggi come un tempo, la qualità e l'affidabilità dei prodotti e del lavoro: da ISO 9001:2000 a PC-FOOD, da H.A.C.C.P. a BRC e IFS, fino a Kosher per le nuove linee di pasta da Agricoltura Biologica e Kamut, e la certificazione di prodotto per l'olio extravergine di oliva «Solo Olive Italiane». In particolare, De Cecco è il primo produttore di pasta in Italia ad aver ricevuto sia la certificazione di prodotto sia quella per la responsabilità sociale.

La filosofia imprenditoriale dell'azienda è basata sull'imperativo di crescita virtuosa, capace cioè di creare valore per tutti i portatori di interesse, secondo l'obiettivo di sostenibilità, come capacità di generare ricchezza duratura non unicamente per se stessa e per gli azionisti, ma anche per tutti i collaboratori e la comunità territoriale più o meno ampia di riferimento, sia essa un distretto, una regione o un'intera nazione.

La qualità del prodotto è sin dall'origine il fattore principale della crescita dell'azienda e rappresenta allo stesso tempo il più profondo dei valori, il canone distintivo dell'identità e della reputazione del *brand*. La continua e sistematica ricerca dell'eccellenza qualitativa è talmente radicata da essere entrata nel dna e nella cultura dell'azienda: la scelta del grano, la verifica tattile dei semilavorati, l'assaggio del prodotto finito sono solo alcune evidenze dell'amore per quegli elementi che concorrono alla creazione dell'eccellenza di un prodotto unanimemente apprezzato e riconosciuto dai consumatori in tutto il mondo. Il concetto di crescita sostenibile si fonda sul rispetto come vero e proprio culto della tradizione e dell'identità della cultura alimentare mediterranea.

Il fattore-chiave del successo di un Gruppo passa attraverso la trasmissione dei valori e della propria visione a tutti coloro che vengono in contatto con la realtà aziendale, trasformando la pura qualità tangibile del prodotto in un'espressione di eccellenza del «sistema» e dell'organizzazione attraverso tre indispensabili preziosi ingredienti: rispetto, passione e competenze.

Il rispetto delle persone e delle regole è fondamentale per creare crescita sostenibile e, se si vuole creare un sistema di qualità, è necessaria passione instancabile nel trasferire i propri valori ai dipendenti in primis, ma anche ai clienti e ai consumatori.

Parimenti, sono indispensabili le competenze che devono costantemente arricchirsi: esse sono il «sale» della crescita sostenibile. Questa sintesi di valori fondanti – rispetto-passione-competenze – ha nel tempo permesso di trasformare la qualità del prodotto in una più ampia dimensione della qualità del sistema, trasmettendo così il livello profondo della visione etica dell'impresa.

Rispetto, passione e competenze sono i fondamenti di una lunga storia di successo imprenditoriale che si delinea lungo un percorso insieme familiare e aziendale: sono gli ingredienti «segreti» che i De Cecco hanno appreso dai propri genitori e che sentono il dovere di trasmettere alle nuove generazioni di manager e imprenditori. Ma questo non è sufficiente: la visione etica non può rimanere un patrimonio esclusivamente interno e autoreferenziale rispetto alla dimensione aziendale, ma deve diventare patrimonio comune grazie a un dialogo condiviso con gli interlocutori in senso allargato dell'impresa, e per questo occorre fare uno sforzo di comunicazione chiara ed efficace. L'orientamento strategico di fondo, come è evidente, trova i propri elementi di coerenza nella ricerca di un raccordo armonico dei valori aziendali in una dimensione che esalta condivisione, partecipazione e fiducia reciproca all'interno di un ecosistema di grande attenzione e orientamento al lavoro, quale strumento di realizzazione delle migliori capacità personali, al rispetto inderogabile per chiunque entri in contatto con l'azienda – lavoratori, sindacati, clienti e consumatori, fornitori, comunità locali –, alla fiducia verso il cambiamento nella certezza che solo anticipando le trasformazioni è possibile gestirle a proprio vantaggio coniugando l'economicità con la socialità, poiché solo la soddisfazione generale può garantire la serenità indispensabile per realizzare un grande progetto imprenditoriale. In fondo, questi fattori di successo dell'impresa non sono poi così distanti dalle virtù etiche che il Paese nel suo complesso richiede in un momento di svolta epocale come quello che stiamo vivendo.

Parlare, nel contesto attuale e in prospettiva futura, di rapporto fra etica ed economia non è facile, e, comunque, non può prescindere da un'analisi del contesto della società globale e italiana in particolare. L'economia è stravolta e con essa anche l'etica a tutti i livelli: politico, istituzionale, imprenditoriale, al punto che nessuno, *hic et nunc*, può davvero sapere cosa ci riserva il futuro. Questa che stiamo vivendo è una crisi finanziaria pervasiva: una recessione trasversale, dalla morfologia atipica e inedita, che coinvolge tutti i settori produttivi, nessuno escluso. Proprio per questo, a cominciare dall'epicentro della crisi, gli Stati Uniti, tutti i Governi delle nazioni più industrializzate stanno facendo

sforzi immensi attuando unanimemente politiche economiche ad hoc e mobilitando ingenti risorse pubbliche nella speranza di giungere a un punto di svolta che consenta di intravedere una possibile via di uscita.

Fino a questo momento non ci sono segnali significativi di una reale inversione di tendenza. Molto si è anche discusso, e si discute, sulla nazionalizzazione delle banche, ma l'esperienza inglese ha dimostrato che potrebbe non essere una soluzione necessariamente efficace, e nonostante in Italia il sistema bancario sia un punto di forza rispetto agli altri paesi, è purtroppo evidente che anch'esso sta mostrando pericolosi segni di difficoltà e cedimento. Si pensi al valore perduto in Borsa dai principali gruppi bancari del nostro Paese costretti a drastiche manovre di ricapitalizzazione, rese in parte possibili grazie all'aiuto congiunto delle Fondazioni bancarie e di una profusione di denaro pubblico erogato per tentare di mettere al sicuro il centro nevralgico del sistema. La crisi virtuale ha drammaticamente colpito l'economia reale. Ma dove sono finiti i capitali? L'etica non dovrebbe, per definizione, essere universale e perciò imperitura, sempre uguale a se stessa con i suoi fondamentali principi di sempre?

Purtroppo, quando il domani è una assoluta incognita per tutti, la medesima incertezza determina crisi e sfiducia per cui, di fatto, verosimilmente nessuno si arrischierà a investire fino a quando non si delineerà un segnale di ripresa all'orizzonte. Spesso si paventa la grande depressione del '29, il Big Crash, e il New Deal da cui ripartì la ripresa e il rilancio dell'economia. Nel contesto attuale, in cui, purtroppo, un numero crescente di imprese e banche continua a non essere più in grado di stare sul mercato, si punta a mantenere in piedi a tutti i costi il sistema attraverso massicce iniezioni di liquidità: tentativi di risposta importanti, ma evidentemente non determinanti. Le risorse dello Stato non sono illimitate, per cui, o si crede ciecamente nelle virtù taumaturgiche e negli anticorpi del mercato di libera concorrenza, e allora in questo «laissez-faire» mercatista di ascendenza smithiana, si deve solo attendere che il meccanismo automatico faccia il suo corso in una selezione darwiniana pura dei *competitors*, oppure si ritorna all'ipotesi di una economia pubblica di mercato. *Tertium non datur*, dato che si esclude l'ipotesi di una economia dirigista e statalista. In entrambi i casi è però fondamentale che le scelte rimangano coerenti con le impostazioni di fondo del sistema economico di riferimento. Credere nel mercato, infatti, significa evitare una commistione ibrida tra economia libera ed economia di Stato, cosa che, invece, sta esattamente riaffiorando nella drammaticità della crisi finanziaria e della recessione economica.

C'è poca chiarezza nei centri di potere e difficoltà a compiere scelte forti e decisive. Si pensi all'acceso dibattito in Italia tra le parti politiche di maggioranza e opposizione sul ruolo della Costituzione italiana, il fondamento autentico della nostra Repubblica, il punto di riferimento dell'etica dello Stato. Purtroppo si avverte una tendenza alla rimozione dalla memoria dell'evidenza storica che la Costituzione è stata discussa, scritta e approvata con l'apporto decisivo di una componente di matrice marxista di circa il 50 per cento, per cui senza ragionevole dubbio essa sostiene principi e valori più prossimi a un modello di economia statalista che liberista: giustissimo garantire a tutti il lavoro, l'assistenza, l'istruzione, ma bisogna fissare i criteri, delineare i campi di riferimento normativo, definire regole certe e assicurare che vengano rispettate individuando in modo chiaro soggetti e responsabilità.

Occorre il rigore etico di una presa di posizione univoca e di una onestà intellettuale e storica maggiore quando si opera una interpretazione evolutiva dei principi costituzionali.

L'etica, per definizione, ha una valenza universale e, dunque, è rivolta a tutti e riguarda tutti, e deve essere protetta contro ogni violazione concreta o mistificazione intellettuale. In tal senso, va certamente garantito un fondamento etico della comunità e per far questo la società deve essere protetta dalla conflittualità permanente.

L'etica deve essere mantenuta viva proprio per il suo valore sacrale di fondamento della dignità umana individuale e della collettività sociale.

*(Filippo Antonio De Cecco, presidente della De Cecco)*