
Economia, quali incentivi?

Autore: Alberto Ferrucci

Fonte: Città Nuova

Il mondo intero si è indignato per i favolosi premi di produzione versati a 70 dirigenti perché non abbandonassero la società di assicurazioni Aig, in cui, per evitare che fallisse, si erano dovuti immettere decine di miliardi di dollari dei contribuenti.

Anche se cacciarli sarebbe stata la giusta ricompensa, è logico che chi ha dirigenti validi cerchi di trattenerli e chi ne è privo di attrarne: ma con quali incentivi? In questi anni sono di moda le *stock options*, azioni dell'azienda offerte ad un prezzo ridotto, un incentivo tanto maggiore quanto, con molti utili, si riuscirà a farne crescere il valore in borsa.

L'utile immediato premia chi specula, ma spesso compromette il futuro dell'azienda, che invece lo si assicura con ricerca ed investimenti per consolidare i posti di lavoro e migliorare l'ambiente, a vantaggio di chi nell'impresa ha investito stabilmente.

Come attirare allora buoni manager, evitando sistemi di incentivi che finiscono per far emergere, invece delle persone più utili all'azienda, quelle più avidi, magari inducendo a diventare tali anche chi non lo era?

Se nel risiko della finanza può fare la differenza l'intuizione di chi decide, un'azienda produttiva fiorisce quando si realizza una confluenza degli obiettivi e della creatività di tutti, si ottiene la stima ed il sostegno di chi con essa coopera ed anche degli abitanti del territorio in cui agisce. Perché non pensare che tutti costoro debbano trarre in qualche modo un profitto da una sua maggiore efficienza?

Così, sulla intuizione della Economia di Comunione, perché non agevolare con esenzioni fiscali incentivi ancora più rilevanti, correlati agli utili aziendali, da utilizzare secondo le decisioni di dirigenti e lavoratori, in piccola parte per le loro famiglie e per la maggior parte – un incentivo morale – per investimenti anche ambientali che irrobustiscano l'azienda, e per opere sociali nel territorio in cui essa è inserita?

I soci stabili vedrebbero aumentare la redditività dell'azienda e si stimolerebbe la crescita di opportunità di lavoro, quella che rende l'azienda un vero bene sociale. Chi sarà stato in grado di orientare il timone dell'azienda in modo da realizzare più utili sarà così meno ricco, ma sarà più ammirato ed amato, come ci ricorda la figura di Adriano Olivetti.

L'essere umano per sua natura cerca l'amore dell'altro o almeno "il suo sguardo": l'orologio, la macchina, la villa, lo yacht prestigioso, servono ad attrarne lo sguardo, spesso però più carico di invidia che di ammirazione: non sarebbe più appagante, invece che essere invidiati, essere stimati?