

Criteri e norme di comportamento

Quali principi o criteri etici sono impliciti nel ragionamento fin qui condotto? Quali norme o regole di comportamento ne discendono specie nei rapporti tra grandi e piccole imprese? Possiamo proporre, a conclusione della nostra riflessione, questa elencazione di prima approssimazione:

- a. La grande impresa dovrebbe rendere espliciti le proprie filosofie e il proprio orientamento strategico in ordine ai rapporti che intende sviluppare con le piccole imprese (e in special modo con le piccole imprese fornitrici e clienti). Dovrebbe del pari dichiarare a quali condizioni e su quali fondamenti è disponibile ad attivare forme di collaborazione e di crescita congiunte in una prospettiva di medio-lungo termine.
- b. La dichiarazione d'intenti di cui sopra e la verifica dei risultati conseguiti dovrebbero essere formalizzate e rese pubbliche, ad esempio attraverso la redazione di un "bilancio sociale" (si pensi all'esperienza francese). Ciò potrebbe altresì favorire coerenza di comportamento e sinergia da parte di tutti gli altri soggetti coinvolti.
- c. La grande impresa dovrebbe usare il proprio potere in una prospettiva di servizio. In particolare – senza che ciò comporti pregiudizio per le proprie performance economiche e finanziarie – la grande impresa potrebbe impegnarsi a creare condizioni favorevoli alla crescita e alla qualificazione della piccola imprenditorialità. Come noto, molte innovazioni realizzate nella grande impresa (innovazioni di prodotto, di processo, organizzative) possono essere diffuse e fatte fruttificare sul territorio, coinvolgendo imprese ed energie locali. Viceversa, innovazioni che hanno origine nelle piccole imprese possono trovare nella grande impresa il supporto di promozione e di valorizzazione.
- d. I piccoli imprenditori e i loro collaboratori dovrebbero essere disponibili a migliorare le proprie conoscenze e competenze in modo da tenere il passo con l'evoluzione della tecnologia, dell'organizzazione, dei mer-

cati e arricchire la propria cultura. Del pari dovrebbero essere disponibili ad aumentare, con opportune riorganizzazioni, l'efficienza della propria impresa e a ricercare forme di collaborazione con altri piccoli imprenditori superando atteggiamenti egoistici e di chiusura.

- e. Lo Stato, le autorità locali dovrebbero impegnarsi a creare le condizioni per favorire la diffusione dell'innovazione sul territorio, per promuovere la crescita dell'imprenditorialità e la valorizzazione delle risorse umane. In particolare, nell'ambito di una politica orientata al network, dovrebbero rafforzare le capacità di dialogo delle piccole imprese attraverso la predisposizione di adeguati servizi reali (a livello finanziario, di consulenza manageriale, di infrastrutture, etc.) che le aiutino a cogliere in positivo le opportunità insite nella presenza della grande impresa.
- f. Situazioni di totale dipendenza delle piccole imprese da una sola grande impresa dovrebbero essere evitate. La dipendenza genera pigrizia e può alimentare fenomeni clientelari o parassitari. Al contrario il rapporto con la grande impresa deve essere occasione per una valorizzazione delle competenze della piccola impresa e della sua capacità a stare su mercati più vasti.
- g. La grande impresa non dovrebbe avvalersi di piccole imprese esclusivamente in funzione dei differenziali patologici in esse esistenti (bassi salari, cattive condizioni di lavoro, non rispetto delle leggi, etc.).
- h. Lo Stato e le autorità locali non dovrebbero perseguire (o richiedere) nei confronti delle piccole imprese politiche meramente assistenziali, di semplice aiuto finanziario, di indennizzo delle difficoltà. Viceversa dovrebbero impegnarsi con politiche attive a rimuovere le situazioni di handicap in cui si trovano le piccole imprese.
- i. Comportamenti che annullino o pregiudichino le specificità culturali delle piccole imprese (specie se radicate nel territorio) dovrebbero essere evitati da parte di tutti i soggetti.
- l. I rapporti tra grandi e piccole imprese

Rendere esplicito l'orientamento strategico in una prospettiva di servizio alla crescita delle piccole imprese.

Evitare situazioni di totale dipendenza, creare rapporti tra persone.