

I BUONI PROPOSITI

editoriale



Vincenzo Perrone

All'inizio del 2005 vi avevamo promesso che avremmo cercato di capire, attraverso una ricerca approfondita, prima qualitativa e poi anche quantitativa, quello che voi lettori pensate della nostra rivista. Lo abbiamo fatto. Siamo andati a chiederlo non solo ai nostri abbonati, che ci dovrebbero conoscere bene e anche apprezzare abbastanza da decidere di riceverci regolarmente ogni due mesi. Ma abbiamo interrogato anche coloro che potrebbero essere potenzialmente nostri abbonati e quelli che lo erano e hanno deciso invece di non rimanere stabilmente con noi (a dire il vero ci siamo concentrati soprattutto su quest'ultima categoria, forte di ben trecento rispondenti all'inchiesta quantitativa, ai quali abbiamo affiancato cento abbonati attuali e cento potenziali, oltre a un buon numero di colleghi della SDA Bocconi).



TRA LE PROMESSE MANTENUTE UNA RICERCA APPROFONDATA SU QUELLO CHE VOI LETTORI PENSATE DI e&m

Ci ha sorpreso positivamente il fatto che tutte queste tre categorie abbiano espresso una valutazione uniformemente positiva; una specie di “bene, bravi: sette più!” (in scala da uno a nove questo è il gradimento medio che abbiamo ottenuto) che, se non ci permette di dormire sugli allori, ci rassicura sul fatto che quello che cerchiamo di fare risponde abba-



stanza bene alle vostre attese. In particolare ci avete detto che apprezzate soprattutto l'approfondimento e il rigore dei nostri articoli, anche se continuate a chiederci di migliorarne la leggibilità e di curarne maggiormente le implicazioni manageriali. Vi piacciono i casi e le rubriche e volete una rivista agile, forte e con un maggiore respiro internazionale.

Sono in particolare i nostri colleghi, la sessantina di docenti della nostra Scuola di Management coinvolti nella parte quantitativa della ricerca, che ci tengono molto a che la rivista allarghi il proprio sguardo oltre i confini del nostro paese. I nostri colleghi sono anche i nostri critici più feroci e i lettori meno soddisfatti: ci rimproverano in particolare di non aiutarli a sufficienza nella loro attività didattica e di ricerca. Il che ci porta a contemplare ancora una volta il nostro eterno dilemma: come riuscire a fare convivere il rigore scientifico che ci viene garantito anche dal duro lavoro dei nostri reviewer con l'utilità per il pubblico di manager, funzionari e imprenditori ai quali ci rivolgiamo. Possiamo solo promettere di cercare di muovere, nei mesi che verranno, qualche ulteriore passo in avanti sul filo teso tra queste due esigenze contrapposte, sul quale cerchiamo di mantenerci in un equilibrio qualche volta decisamente acrobatico.

A tutti voi lettori sta molto a cuore che *Economia & Management* offra un buon rapporto qualità/prezzo e vi aspettate che continui ad aiutarvi ad aggiornarvi dal punto di vista professionale. Ci avete anche confermato quello che avevamo intuito nel nostro editoriale di dodici mesi fa: ovverosia che la vera competizione non è con le riviste che noi riteniamo "simili" ma per la conquista del tempo che avete a disposizione per letture di questo tipo. Alla domanda con la quale vi abbiamo chiesto di indicarci altre riviste che leggete regolarmente e che entrano in concorrenza con noi, avete sempre indicato al primo posto, e con grande distacco da tutte le altre, il principale quotidiano economico del nostro paese seguito da un settimanale, sempre italiano, specializzato nel seguire i fatti economici e pubblicato dallo stesso nostro editore. Al terzo posto una rivista straniera, quindicinale, alla quale si associa per definizione l'aggettivo "autorevole", in genere pronunciato con una certa deferenza. Per cercare nostri "simili", italiani o stranieri, bisogna guardare dal quinto posto in ordine di frequenza in poi. Ed è già una grazia per noi che non ci abbiate indicato la televisione o Internet come fonte delle conoscenze che vi servono.

Questi sarebbero dunque i "concorrenti" con i quali dovremmo misurarci: veloci, influenti, accattivanti, vicini all'attualità, facili da leggere, utili. Per riuscire a competere dobbiamo veramente impegnarci al massimo nel mettere in pratica a ogni numero la missione che ci siamo dati: quella di offrirvi ogni volta qualcosa di interessante e, nello stesso tempo, di rigorosamente fondato. Vi assicuriamo che ci stiamo provando seriamente: cerchiamo, da qualche tempo, di darvi più articoli di *general management* e comunque capaci di interessare il maggior numero dei nostri lettori. Abbiamo anche ampliato lo spazio delle rubriche, dei forum e delle interviste. È possibile però che questo cambiamento, come magari altri più sottili, vi siano sfuggiti perché non è ancora mutata la grafica della rivista. Trovare una forma che sia meglio adeguata al nuovo contenuto costituisce uno dei nostri buoni propositi per quest'anno.

E ci piacerebbe aggiungerne subito un altro, solo un po' più impegnativo. Vorremmo contribuire al rilancio di questo paese. Del nostro paese, che sta dentro una cosa/casa più grande che si chiama Europa. Una cosa/casa che cambia perimetro quasi ogni anno, allargandosi in direzione del futuro. Vorremmo pote-



**IL NOSTRO ETERNO DILEMMA:
FARE CONVIVERE IL RIGORE
SCIENTIFICO CON L'UTILITÀ
PER UN PUBBLICO
DI MANAGER, FUNZIONARI
E IMPRENDITORI**





UN IMPEGNO: DARE PIÙ SPAZIO A STIMOLI CAPACI DI PRODURRE UN RINNOVAMENTO E CONTRIBUIRE AL RILANCIO DEL PAESE



re rilanciare i tanti segnali, che pure ci sono, di capacità e di voglia di fare e di cambiare, adattandosi a un mondo che cambia. Vorremmo trovare e pubblicare idee nuove capaci di stimolare nuovi e più efficaci modi di fare impresa, di produrre e distribuire reddito, di creare buona occupazione. Vorremmo potere parlare, come fa il collega Francesco Perrini nelle prossime pagine, di *corporate social responsibility* senza doverci vergognare dovendo riconoscere che quello che invece manca e di cui occorrerebbe parlare di più è piuttosto la basilare *individual legal responsibility*. Vorremmo poter raccontare storie di dipendenti aziendali che hanno denunciato al pubblico, ai media, magari prima ancora che alla magistratura, quello che vedevano veniva fatto di illegale o immorale nella loro impresa, nella loro banca, nella loro associazione. Negli Stati Uniti li chiamano *whistle blower*, persone coraggiose che non girano lo sguardo dall'altra parte e che per i rischi che corrono e il beneficio che procurano alla società vengono adeguatamente tutelati. E da noi? Da noi niente. E se ci fossero finirebbero forse, a torto o a ragione, per essere guardati con sospetto, inquisiti per capire chi c'è dietro, quale altro gruppo di interesse o cordata ha istigato la loro denuncia e amplificato la loro voce. Vorremmo che rigore e leggerezza non fossero solo una nostra aspirazione editoriale, o un

ossimoro irraggiungibile, ma un modo nuovo di coniugare il genio italico, lieve e immateriale (proprio quello che serve nell'economia avanzata di oggi) con un maggiore senso di responsabilità. Vorremmo per questo vedere praticate in modo diffuso tanto le grandi virtù quanto le piccole: la cortesia, la buona educazione, il rispetto e l'attenzione verso gli altri, verso le cose belle e verso quelle che appartengono a tutti; la capacità di fare un complimento sincero a chi se lo merita, la disponibilità a promuoverlo, il merito, e la capacità di indignarsi di fronte a un sopruso; il pudore, il senso di vergogna e quello del limite; la coscienza da mettere nello svolgere a regola d'arte il proprio lavoro, qualunque lavoro, evitando approssimazione e sciattezza; la frugalità e l'equilibrio necessario per dare il giusto valore alle cose e darsi le giuste priorità nella nostra vita privata come in quella pubblica; la capacità e la forza che servono per mantenere un impegno preso, per rispettare una scadenza, per essere degni della fiducia degli altri.

È probabile che il nostro, italico, (in)sano cinismo vi faccia storcere il naso di fronte alla provocatoria mellifluidità del richiamo a una morale individuale, di tutti i giorni e delle piccole cose. Ma siamo convinti che sia anche e soprattutto in questo modo che è possibile costruire intorno a noi un ambiente meno tossico, più capace di stimolare le persone a dare il meglio di sé, più umano prima ancora che più produttivo. E allora il proposito, buono e fermo, lo formuliamo. Ci impegniamo a dare spazio sulle nostre pagine, ogni volta che sarà possibile, a stimoli capaci di produrre un rinnovamento. Per continuare a meritare la vostra attenzione e il vostro consenso. Buona lettura!

www.economiaemangement.it

© RCS Libri SpA. Tutti i diritti sono riservati.