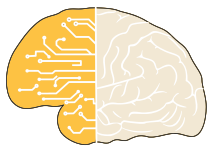




STRATEGIA È LIBERTÀ (PERCHÉ LIBERTÀ È PARTECIPAZIONE)

di [David Bianconi](#)

CATEGORIA: PIANIFICAZIONE STRATEGICA E BUDGET



Non ho resistito alla tentazione di tirare in ballo il Signor G. (di cui mi piace immaginarmi più come un amico che come un ammiratore) in un articolo che, in fondo, parla di **strategia** e di **organizzazione aziendale**.

L'occasione mi si è presentata davanti agli occhi mentre scorrevo le pagine di un libro molto particolare.

Il libro in questione è "**G. Vi racconto Gaber**" (Mondadori) e l'autore è Roberto Luporini che ha convinto il riservato zio Sandro, storico coautore e amico di **Giorgio Gaber**, a raccontare le discussioni, le idee, le storie e, soprattutto, **cosa intendessero veramente dire in certi testi che sono entrati nell'immaginario collettivo**.

Sì perché, come spesso succede, le interpretazioni amano allontanarsi con una certa libertà (scusate il gioco di parole) dal significato originale.

Venendo al punto, ciò che mi ha colpito è stata la spiegazione del ritornello che, nella canzone "La Libertà", martella incessantemente l'ascoltatore con l'affermazione "**la libertà non è uno spazio libero, libertà è partecipazione**".

Sandro Luporini dice testualmente:

"... Ho già detto mille volte in passato che la migliore espressione per quanto volevamo dire sarebbe stata "libertà è spazio di incidenza", ma anche tu, pur senza essere un musicista, capisci bene che una roba così non si può proprio cantare.



La libertà, nella sua vera essenza, è tale solo se esiste la possibilità di cambiare e migliorare qualcosa, altrimenti quello spazio apparentemente libero diventa soltanto una possibilità del tutto priva di conseguenze. ..."



Questo mi ha reso chiarissimo il resto della canzone e, più in generale, mi ha permesso di pensare al concetto di libertà in un modo nuovo e più concreto: *possibilità di incidere sull'ambiente circostante* (ovviamente "ambiente" in senso lato e, dunque, anche "ambiente economico").

AmMESSO e non concesso che qualcuno abbia avuto la pazienza di leggere fino a questo punto, è arrivato il momento di vuotare il sacco e di chiarire **cosa c'entri tutto questo con la strategia e l'organizzazione aziendale.**

Il trait d'union, a mio modo di vedere, sta nel fatto che le aziende (e le organizzazioni in genere) sono composte da **individui che possono esprimere le proprie potenzialità in modo più o meno intenso, proattivo e generoso** a seconda del livello di **engagement**, di coinvolgimento, che percepiscono.

Ciò vale per tutti gli attori dell'azienda siano essi dirigenti, proprietari, dipendenti, collaboratori esterni.



Pertanto, se immaginiamo una realtà aziendale in cui la **strategia sia chiara** e che da questa discendano **principi, linee guida, procedure e compiti ben definiti** (e anche *che tutto questo venga espresso, comunicato e condiviso* all'interno dall'ambiente aziendale), allora possiamo anche immaginare che in quella realtà i soggetti coinvolti **avvertano di contribuire concretamente al raggiungimento degli obiettivi generali e degli obiettivi funzionalmente collegati.**

Dunque tali soggetti avranno la consapevolezza di incidere, di contribuire a cambiare le cose in meglio e, se Giorgio Gaber non si è sbagliato, saranno e si sentiranno liberi (o più liberi).

Ma c'è di più.

Ragionevolmente, in una realtà aziendale come quella descritta, ci sarà uno spazio maggiore per **deleghe** ed **autonomia** (a tutti i livelli) e a tali deleghe, coerentemente, corrisponderanno delle **responsabilità: insomma soggetti più coinvolti, più responsabili e che si sentano (perché lo sono) più liberi.**

Non male.