

IL VALORE ETICO DELLA QUALITÀ VISTO DALLE IMPRESE



Mariacristina Galgano
Amministratore delegato del Gruppo Galgano

Il Valore etico della Qualità è strategico per lo sviluppo culturale, sociale ed economico del nostro Paese. La Qualità, infatti, ha un valore che va oltre il solo risvolto economico. E' la stella polare che indica la direzione, crea un legame profondo fra tutte le persone in azienda, è attenzione al cliente, è umiltà di sapersi mettere in gioco sempre. E' un fattore unificante e di crescita, generatore di un vero e proprio circolo virtuoso di idee e di azioni. E' visione di lungo termine che produce crescita sociale e culturale.

Il valore etico della Qualità va oltre il solo risvolto economico quando è declinato attraverso **cinque dimensioni**: il prodotto, il processo, le persone, la sfera manageriale e, infine, quella individuale.

In relazione al **prodotto**, fare qualità significa evitare il superfluo mettendo la tecnologia al servizio delle persone. Spesso ci si dimentica che la vera qualità significa fare bene le cose essenziali, sempre e in modo sistematico, mantenendo la promessa fatta al cliente.

Nella dimensione del **processo**, qualità significa soprattutto lotta agli sprechi intesa come: fare le cose giuste la prima volta, far entrare "la voce del cliente"

in ogni ambito azienda, lavorare in un'ottica più ampia, inter funzionale.

Nella dimensione delle **persone**, invece, significa dare fiducia ai dipendenti mettendoli nelle condizioni di poter crescere ricordando sempre il senso del loro lavoro.

Rispetto alla **sfera manageriale**, qualità significa avere l'umiltà di ascoltare i propri collaboratori e andare "a gemba" ovvero là dove si produce il prodotto/servizio per mantenere il contatto diretto con il cliente.

La quinta dimensione della qualità, infine, è quella **individuale**: ognuno di noi deve sentirsi responsabile trovando in sé le leve per fare bene il proprio lavoro senza alibi.

La Qualità non può, infatti, essere soltanto prescritta dall'alto. Per fare qualità si deve investire nella crescita professionale delle persone avendone pieno rispetto e coinvolgendo la loro mente e il loro cuore.

Chi guida questo percorso deve avere una forte **leadership** perché deve avere la consapevolezza che la qualità sta nei dettagli e che le persone possono dare il meglio se trattate con rispetto. Rispetto non è solo uno slogan vuoto di senso. Vuol dire fare formazione, favorire la comunicazione interna, agevolare il lavoro delle persone anche nell'ergonomia degli uffici, curare il benessere dei propri dipendenti, dare loro la possibilità di esprimere opinioni, predisporre contesti che possano stimolare lo sviluppo di talenti, "immergersi" nella realtà aziendale, cercare le cause e non i colpevoli (azione non semplice) e credere che le persone abbiano risorse infinite quando cominciano a pensare.

Alcune aziende hanno portato la loro testimonianza su come considerano il Valore etico della Qualità, dimensione possibile per mantenere saldi i propri valori al di là delle difficoltà del contesto attuale¹.

Per **Aboca** il valore etico della qualità è l'unica condizione per una crescita sostenibile. La crescita deve, però, essere qualitativa anziché quantitativa considerando che la questione selettiva (in logica "solo qualcuno ce la farà") è sempre più preponderante in un contesto in cui è il consumatore stesso ad essere sempre più selettivo. La fiducia diventa, quindi, una leva strategica della competitività e la qualità si pone al centro. Ma per fare che questo si realizzi è necessario che le aziende percorrano la strada dell'investimento in innovazione cercando più valore aggiunto e offrendo qualità e soddisfazione al consumatore. Da questa consapevolezza nasce la necessità di trovare un nuovo modello concettuale da declinare in azienda in chiave gestionale, utile per una nuova prospettiva d'insieme. La Qualità, infatti, deve potersi collocare alla base di un nuovo modo di vedere lo sviluppo della nostra società e di tutti noi.

Il significato che **Gruppo Sanpellegrino** dà alla Qualità e al suo valore etico è quello della responsabilità. L'etica, infatti, è la consapevolezza che ogni persona è responsabile della

Qualità. Ci sono persone in azienda che possono "fabbricare la qualità" oppure la possono distruggere. Lo spreco più grave, infatti, è proprio quello dell'intelletto. La domanda che il management deve farsi è: "Utilizzo al meglio le persone? Le metto nelle condizioni di esprimere le proprie idee? Le rendo orgogliose di quello che fanno? Investo in una reale e continua formazione?". Lo spreco d'intelletto non è solo quello delle persone talentuose ma è anche, e soprattutto, quello di ogni persona che non è messa nelle condizioni per esprimersi al meglio. Il progetto, voluto da Nestlé¹, e condiviso subito da Gruppo Sanpellegrino come azienda pilota, si chiama "*Nestlé Continuous Excellence*" con tre numeri "0, 1, 100" dal significato strategico: 0 sprechi, 1 squadra e 100% di coinvolgimento". Cambiando modo di pensare e di agire con le giuste dosi di volontà, metodo, disciplina e rigore, anche i risultati hanno iniziato a cambiare.

Nella vision di **Zambon** il concetto d'impresa integrale, che guida ogni decisione dell'azienda, nasce dalla forte consapevolezza che bisogna valorizzare il lato umano dell'impresa per farla vivere al di là e oltre il semplice risultato di business. E', quindi, importante investire sui collaboratori affinché sentano in modo convinto la necessità di trasformare regole e procedure in comportamenti coerenti, indispensabili per garantire una salute di Qualità. Solo attraverso l'etica e la qualità, infatti, si possono rispettare, con continuità e coerenza, quei valori che hanno fatto nascere e crescere l'azienda difendendo la propria reputazione e quell'idea di fabbrica, intesa come luogo di qualità. Chi lavora in questa azienda, al servizio della salute delle persone, è consapevole che l'impresa è - e deve essere - un bene collettivo con un forte valore sociale collegato al fatto di essere strumento di benessere verso la società. La condivisione in Zambon attiva una vera e propria leadership diffusa per una responsabilità etica che permea tutti i livelli aziendali.

Se riflettiamo, quindi, sulla dimensione etica della Qualità - che per prima cosa è attenzione e rispetto per il cliente - ognuno di noi, parte della catena del valore o come cliente o come fornitore, potrà fare la sua parte. Perché prima di tutto la Qualità è un atto di rispetto verso se stessi, è un senso forte di responsabilità che deve animare tutti noi come lavoratori e come cittadini. ■

¹ Aziende testimonial ai Convegni in tema "Il valore etico della Qualità, un fattore strategico per lo sviluppo culturale, sociale ed economico del nostro Paese" organizzati in occasione della 26a Campagna Nazionale Qualità e Innovazione