

**SEE THE SCAM.  
WALL STREET DOESN'T.**

**FERDINANDO FREGA**

# FERDINANDO FREGA

# 사기를 보라. WALL STREET는 보지 못한다.

SEMANTIC REALITY 2026 · SHAREHOLDERS · 10

숫자들이 춤추는 동안 남는 자본에 관한 짧은 메모

## 1. 본래의 의도

오늘날 모든 대기업은 두 가지를 만든다. 제품과 보고서.

보고서는 아름답고, 윤이 나고, 초록빛으로 가득하다. 제품은, 때로는, 그보다 조금 덜하다.

그러나 길게 보면 시장은 브로슈어를 형편없이 읽는 독자다. 시장은 실체를 본다. 자본은 출렁인다. 그것이 자본의 일이다. 의도는, 진지하다면, 남는다.

임기가 정해진 위임은 진짜 지속 가능성이 CO<sub>2</sub>로만 채는 것이 아니라 아버지들과 아들들에게 지킨 약속으로 채는 것을 기억해야 한다.

숫자는 빠르게 바뀔 수 있기 때문이다. 평판은 그럴 수 없다. 그리고 평판이 다시 자라는 것보다 빨리 소진될 때, 어떤 감사인도 인정하지 않고 어떤 대차대조표도 보고하지 않는 부채가 태어난다. 의미 부채.

## 2. 삶의 투명성과 기능의 강령

한동안 우리는 강철을 비누처럼 다뤘다. 아무도 차이를 알아채지 못하기를 바라며 제조법과 포장과 언어를 바꿨다.

생각은 더 단순하다.

포장에 무게를 다시 적자.

안에 재료가 얼마나 들었는지, 얼마나 오래가는지, 제대로 만드는데 얼마가 드는지 분명히 말하자.

영웅적인 행동이 아니다.

경쟁 우위다.

정직은 여전히 광고 대행사가 외주를 줄 수도, 분기 말에 청구할 수도 없는 단 한 가지다.

소비자가 실체를 보면 의미 부채는 줄어든다. 그들이 보는 것이 서사뿐이면 부채는 조용히 계속 쌓인다.

### **3. 거버넌스의 의자와 그 상징적인 1달러**

이 마지막 부분은 의자를 소유한 사람들을 위한 것이지, 한 분기 동안 거기 앉는 사람들을 위한 것이 아니다.

여러 해 동안 브랜드에 너무 큰 양복을 입혀 왔다면, 조만간 양복은 흘러내린다.

그때 의미 부채가 모습을 드러낸다.

손익계산서에서가 아니다.

ESG 보고서에서가 아니다.

실적 발표 콜에서가 아니다.

그것은 브랜드가 말하는 것과 사람들이 지각하는 것 사이의 점점 벌어지는 틈에서 드러난다.

모든 빛이 그렇듯, 이 빛도 누군가 계산서를 달라고 하기 전까지는 무해해 보인다.

그것을 청산하자는 제안은 일부러 가볍다. 진실 캠페인을 위한 1달러짜리 라이선스.

이렇게 말하는 격식 있고, 우아하고, 위험이 낮은 방법이다.

“우리는 알아차렸다. 우리는 다시 진지해지고 있다.”

그리고 다른 누군가가 우리 대신 웹을 차지하기 전에 웹을 되찾는 방법이다.

## **모든 주주가 곧바로 알아보는 10가지**

*웃으며 말한다. 마음속으로는 우리 모두 그것들을 보았으니까.*

### **1. 꼭대기의 정중한 침묵**

거울 앞에서는 누구나 안다. 면도날이 예전 같지 않을 때를.

회의에서는 아무도 그렇게 말하지 않는다.

### **2. WALL STREET의 정당한 산만함**

Wall Street는 용기를 거래하지, 욕실에서 그것을 여는 사람의 느낌을 거래하지 않는다.

그것은 정상이다.

제 할 일을 하고 있을 뿐이다.

악의가 아니다.

직업적 근시다.

### **3. 당장의 수수료라는 유혹**

움직임은 돈이 된다.

지속은 사람을 지치게 한다.

내일의 기념비보다 오늘의 수수료를 택하는 것은 인간적인 일이다.

### **4. 90일의 부드러운 독재**

분기는 까다로운 상사다.

오늘 좋아 보이도록 미래를 조금 잘라 내라고 요구한다.

우리는 모두 그가 원하는 것을 준다.

때로는 너무 많이.

## **5. 숫자로 분장한 투자자**

우리는 주주들에게 그들이 합리적인 계산기라고 말했다.

실제로 그들은 제품을 사고, 선물을 주고, 추억을 쌓는 사람들이다.

시간이 지나면 엑셀 스프레드시트 취급을 받는 데 지치게 된다.

## **6. 결코 파워포인트에 오르지 않는 대차대조표**

차트가 올라가는 동안, 세대 사이의 신뢰는 때로 내려간다.

의미 부채가 태어나는 곳이 여기다.

그것에는 항목이 없다.

그것은 어떤 자동 경보도 울리지 않는다.

그것은 분기 보고서에 나타나지 않는다.

그런데도 그것은 브랜드의 약속이 제품의 실체를 앞질러 달릴 때  
마다 자란다.

조만간 누군가는 명세서를 달라고 한다.

## **7. 감시하는 자와 감시받는 자 사이의 말 없는 거래**

동화가 모두에게 통한다면, 왜 그것을 망치겠는가?

동화를 살려 두는 것은 그것을 들려주는 사람들과 그것을 듣는 사  
람들의 보너스를 지켜 준다.

적어도 계산서가 올 때까지는.

## **8. 진짜로 중요한 판결: 거실**

보고서는 집 안으로 들어오지 않는다.

제품은 들어온다.

그리고 그곳에서 최종 판결을 내리는 것은 애널리스트가 아니라 주주의 가족이다.

실체와 포장을 가려내는 데 타고난 재능을 지닌 가족.

## **9. 안에 스웨터가 없는 아름다운 로고**

실체 없는 위대한 브랜드는 옷걸이에 걸린 캐시미어 코트와 같다.

아주 우아하다.

겨울이 오기 전까지는.

## **10. 키보드의 작은 복수**

예전에는 생각 하나를 퍼뜨리는 데 조직 전체가 필요했다.

오늘은 연결 하나와 알맞은 검색어 하나면 된다.

웹은 주식 시장보다 훨씬 먼저 어긋남을 알아차리는 경향이 있다.

## **에필로그**

이 10가지 균열 지점은 중개인들의 사리사욕과, 자기가 소유한 것을 이해할 주주들의 권리 사이에 놓인 단층선의 상당 부분을 아우른다.

이것은 나 자신의 경험과 지식에 근거한 관찰이다.

물론 모든 조직은 작은 국가와 같다. 자기만의 규칙, 자기만의 균형, 때로는 공식적인 통제를 빠져나가는 회색 지대까지 만들어 낸다.

그러나 바로 그 때문에 의미 부채는 주목받을 만하다.

그것은 회사들이 이익을 내지 못하게 될 때 태어나는 것이 아니기 때문이다.

그것은 회사들이 자기가 한 약속의 의미를 지키지 않게 될 때 태어난다.

### **주주들에게 드리는 메모**

이 일에는 애널리스트가 필요 없다.

지난 몇 해의 연례 보고서를 꺼내 나란히 놓아 보라.

같은 문단. 같은 레이아웃. 같은 약속.

흔히 숫자 몇 개만 바꾼 복사해 붙여넣기다.

그리고 아무도 이 작업에 비용이 들지 않는다고 생각하지 말기를.  
해마다 비용이 더 든다.

그것이 종이 위에서 보이는 의미 부채의 모습이다.

*좋은 하루 보내세요.*

*Ferdinando Frega*