SEE THE SCAM.
WALL STREET DOESN'T.



FERDINANDO FREGA

ZIE DE OPLICHTERIJ. WALL STREET NIET.

SEMANTIC REALITY 2026 · SHAREHOLDERS · 10

Een korte notitie over het kapitaal dat blijft terwijl de cijfers dansen

1. DE OORSPRONKELIJKE BEDOELING

Elk groot bedrijf maakt vandaag twee dingen: producten en rapporten.

De rapporten zijn mooi, glanzend, vol groen. De producten soms wat minder.

Maar op de lange termijn is de markt een vreselijke lezer van brochures. Ze kijkt naar de inhoud. Kapitaal schommelt; dat is zijn werk. De bedoeling, als die serieus is, blijft.

Een mandaat voor bepaalde tijd zou moeten onthouden dat echte duurzaamheid niet alleen in CO_2 wordt gemeten, maar in beloften die aan vaders en zonen zijn nagekomen.

Want cijfers kunnen snel veranderen. Reputatie niet. En wanneer reputatie sneller wordt opgebruikt dan ze kan aangroeien, ontstaat er een passief dat geen accountant certificeert en geen balans vermeldt: semantische schuld.

2. DE TRANSPARANTIE VAN HET VLEES EN DE CODE VAN DE FUNCTIE

Een tijdlang behandelden we staal alsof het zeep was. We veranderden formules, verpakkingen en taal, in de hoop dat

niemand het verschil zou merken.

Het idee is eenvoudiger.

Laten we het gewicht weer op de verpakking zetten.

Laten we duidelijk zeggen hoeveel materiaal erin zit, hoe lang het meegaat en wat het kost om het goed te maken.

Het is geen heldendaad.

Het is een concurrentievoordeel.

Eerlijkheid is nog steeds het enige wat een reclamebureau niet kan uitbesteden of je aan het eind van het kwartaal kan factureren.

Wanneer consumenten de inhoud zien, daalt de semantische schuld. Wanneer ze alleen het verhaal zien, blijft de schuld zich in stilte opstapelen.

3. DE STOEL VAN HET BESTUUR EN DIE SYMBOLISCHE DOLLAR

Dit laatste deel is voor wie de stoel bezit, niet voor wie er een kwartaal op zit.

Als we het merk jarenlang een pak hebben aangetrokken dat te groot voor het is, glijdt dat pak vroeg of laat af.

Dan duikt de semantische schuld op.

Niet in de resultatenrekening.

Niet in de ESG-rapporten.

Niet in de earnings calls.

Ze duikt op in de groeiende kloof tussen wat het merk zegt en wat mensen waarnemen.

Zoals elke schuld lijkt deze onschuldig tot iemand om de rekening vraagt.

Het voorstel om haar te sluiten is bewust licht: een licentie van één dollar voor de waarheidscampagne.

Een formele, elegante manier met weinig risico om te zeggen:

“We hebben het gemerkt. We worden weer serieus.”

En om het web terug te nemen voordat iemand anders het in onze plaats neemt.

DE 10 PUNTEN DIE ELKE AANDEELHOUDER METEEN BEGRIJPT

Met een glimlach gezegd, want diep vanbinnen hebben we ze allemaal gezien.

1. HET BELEEFDE ZWIJGEN AAN DE TOP

Iedereen weet, voor de spiegel, wanneer een mesje niet meer is wat het was.

Niemand zegt het in de vergadering.

2. DE LEGITIEME AFLEIDING VAN WALL STREET

Wall Street verhandelt verpakkingen, niet het gevoel van wie ze in de badkamer openmaakt.

Dat is normaal.

Ze doet haar werk.

Het is geen kwade wil.

Het is beroepsbijziendheid.

3. DE LOKROEP VAN DE COMMISSIE VAN NU

Beweging betaalt.

Duur put je uit.

Het is menselijk om de commissie van vandaag te verkiezen boven het monument van morgen.

4. DE ZACHTE DICTATUUR VAN 90 DAGEN

Het kwartaal is een veeleisende baas.

Het vraagt je een stukje toekomst weg te snijden zodat je er vandaag goed uitziet.

We geven het allemaal wat het wil.

Soms te veel.

5. DE BELEGGER VERKLEED ALS GETAL

We vertelden aandeelhouders dat ze rationele rekenmachines waren.

In werkelijkheid zijn het mensen die producten kopen, cadeaus geven en herinneringen opbouwen.

Na een tijdje word je het moe om behandeld te worden als een Excel-spreadsheet.

6. DE BALANS DIE NOOIT IN DE POWERPOINT KOMT

Terwijl de grafieken stijgen, daalt soms het vertrouwen tussen generaties.

Hier wordt de semantische schuld geboren.

Ze heeft geen post.

Ze laat geen automatisch alarm afgaan.

Ze verschijnt niet in de kwartaalcijfers.

En toch groeit ze telkens wanneer de belofte van het merk de inhoud van het product voorbijloopt.

Vroeg of laat vraagt iemand om het overzicht.

7. DE STILZWIJGENDE AFSPRAAK TUSSEN DE WAAKHONDEN EN DE BEWAAKTEN

Als het sprookje voor iedereen werkt, waarom zou je het bederven?

Het levend houden beschermt de bonussen van wie het vertelt en van wie ernaar luistert.

Tenminste tot de rekening komt.

8. HET OORDEEL DAT ECHT TELT: DE WOONKAMER

Rapporten komen het huis niet binnen.

Producten wel.

En daar wordt het eindoordeel niet geveld door de analist, maar door het gezin van de aandeelhouder.

Dat een natuurlijk talent heeft om inhoud van presentatie te onderscheiden.

9. HET MOOIE LOGO ZONDER TRUI ERONDER

Een groot merk zonder inhoud is als een kasjmieren jas aan een hanger.

Heel elegant.

Tot de winter komt.

10. DE KLEINE WRAAK VAN HET TOETSENBORD

Vroeger was er een hele organisatie nodig om een idee rond te krijgen.

Vandaag volstaan een verbinding en de juiste zoekopdracht.

Het web merkt de wanverhouding meestal lang voor de beurs op.

EPILOOG

Deze 10 breukpunten bestrijken een groot deel van de breuklijn tussen het eigenbelang van de tussenpersonen en het recht van aandeelhouders om te begrijpen wat ze bezitten.

Het zijn observaties op basis van mijn eigen ervaring en kennis.

Natuurlijk is elke organisatie als een kleine staat: ze ontwikkelt haar eigen regels, haar eigen evenwichten, en soms zelfs grijze zones die aan de formele controles ontsnappen.

Maar juist daarom verdient semantische schuld aandacht.

Want ze ontstaat niet wanneer bedrijven geen winst meer maken.

Ze ontstaat wanneer ze ophouden de betekenis te bewaren van de beloften die ze hebben gedaan.

EEN NOTITIE VOOR AANDEELHOUDERS

Hiervoor heb je geen analist nodig.

Pak de jaarverslagen van de laatste jaren erbij en leg ze naast elkaar.

Dezelfde alinea's. Dezelfde opmaak. Dezelfde beloften.

Vaak is het knippen en plakken, met een paar veranderde cijfers.

En laat niemand ooit denken dat deze operatie niets kost. Ze kost elk jaar meer.

Zo ziet semantische schuld eruit op papier.

Nog een fijne dag.
Ferdinando Frega