

Etica d'impresa

L'impegno dei Giovani Imprenditori

9 giugno 2004 - ore 15.30



Bioindustry Park
Area Ribes - Colletterto Giacosa

ETICA D'IMPRESA – L'impegno dei Giovani Imprenditori

Alla tavola rotonda partecipano Mario Gaiardo, Barbara Gallo e Alberto Avetta, Assessore allo Sviluppo economico, Politiche comunitarie e Commercio, in rappresentanza del Sindaco della Città di Ivrea.

ALBERTO AVETTA

**Assessore allo Sviluppo economico,
Politiche comunitarie e Commercio del Comune di Ivrea**

Mi è particolarmente gradito l'invito a questa giornata, poiché si parla di etica d'impresa, due elementi, l'etica e l'impresa, apparentemente inconciliabili, ma che necessariamente devono essere conciliati.

Mi fa particolarmente piacere che a prendere questa iniziativa siano stati i giovani imprenditori, perché significa che questo tema - particolarmente attuale e il cui dibattito risulta oggi particolarmente necessario - è sentito dalle giovani forze lavoro.

È importante capire che "fare impresa" è un qualcosa che può essere fatto in modo etico.

Non bisogna dimenticare che la nostra legislazione è d'altronde pregna di valori di questo tipo; dall'articolo 41 e 42 della Costituzione abbiamo già indicazioni su cosa vuol dire fare impresa in modo etico.

I giovani imprenditori devono tener conto di questo, soprattutto oggi, visto che dal punto di vista sociale ci sono grandi discrepanze (si pensi alla grande divisione che c'è ancora nel mondo fra chi conosce e usa la tecnologia e chi non sa nemmeno che esista).

Chi si accinge a fare impresa adesso, tendendo giustamente alla massimizzazione del profitto, ma senza capire che l'impresa è calata in un contesto sociale, chi non capisce questo, ha sicuramente una visione miope di quello che vuol dire fare impresa oggi.

MARIO GAIARDO

Presidente dell'Associazione Industriali del Canavese

Porgo il saluto dell'Associazione Industriali del Canavese.

Non entro nell'argomento del convegno che sarà illustrato dalla Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori, Barbara Gallo, ma voglio rimarcare il rapporto che il Gruppo, fin dalla sua costituzione negli anni '70, ha dimostrato nell'affrontare argomenti rilevanti e di particolare attualità: ricordo, da ultimo, gli incontri sull'economia dello scorso anno, conclusi con l'intervento di Marco Tronchetti Provera, e i seminari sulle nuove professionalità con gli studenti delle scuole superiori del Canavese.

L'economia e lo sviluppo del Canavese sono prioritari per la nostra Associazione di industriali, per cui ritengo opportuno (anche in questa sede) rimarcare il ruolo dell'Associazione che ha visto in questa fase un completo ribaltamento tra i ruoli della grande e della piccola e media impresa.

Proprio partendo dalla ricerca del Censis, presentata nel 2001, è in corso di elaborazione - con il decisivo apporto del Comitato Torino-Canavese e di UniCredito - una piattaforma di sviluppo del territorio, che coinvolgerà anche e soprattutto gli imprenditori.

Imprenditori che attraverso l'Associazione potranno diventare attori di questo sviluppo.

La prima bozza propone di sperimentare sul Canavese un modello di Stati Generali di Territorio, da intendersi come processo e non come singolo evento simbolico, e quindi riunire un insieme di attori strategici, che include oltre ad imprenditori leader, investitori, autonomie funzionali, banche, enti locali, sindacati e rappresentanze economiche.

Io credo che anche questa sia etica d'impresa.

Mi auguro che dal convegno di oggi possa emergere questo aspetto: il peso che può assumere l'imprenditore, piccolo o grande che sia, nel dedicare un po' del suo talento al futuro e allo sviluppo del territorio nel quale opera.

BARBARA GALLO

Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori del Canavese

Il tema di oggi è di nostro grande interesse.

Parecchie sono le ragioni per le quali è stato organizzato l'incontro:

- un orizzonte denso di avvenimenti legati a questi temi;
- dibattiti a seguito del Libro Verde della Commissione Europea;
- la compresenza nutrita sul mercato di soggetti for profit e non profit;
- la relazione sempre più complicata fra impresa, società civile, stato e ambiente.

La rilevanza e l'attualità del tema sono sotto gli occhi di tutti e il nostro gruppo ha lavorato con grande passione ed interesse partecipando ad incontri, convegni e dibattiti, dove emergeva un sempre più diffuso ed esteso consenso verso un nuovo modello d'impresa, etico e sociale.

L'incontro di oggi è il nostro contributo alla discussione in atto.

Attraverso le parole dei nostri autorevoli ospiti ci auguriamo di disegnare un percorso di ricerca e di azione, e di poter raccontare un nuovo possibile modello d'impresa, che costruisca una nuova fiducia.

Viviamo oggi un difficile modello di transizione: la globalizzazione, il mercato, una ripresa economica che tarda a manifestarsi e i recenti scandali finanziari, hanno evidenziato la fragilità di un sistema economico che accentua le differenze, aumenta la povertà e non risolve le questioni globali (democrazia economica, protezione dell'ambiente, giustizia sociale), e cioè non realizza uno sviluppo eticamente sostenibile.

In un quadro così drammatico, e non solo dal punto di vista economico e finanziario, sembra emergere con maggiore consapevolezza, la necessità di promuovere un nuovo patto tra le imprese e la società. Una grande sfida che ci consenta di lavorare non solo per il conseguimento di un legittimo profitto, ma anche per lo sviluppo di una dimensione etica e moderna, capace di coinvolgere come attori attivi tutti gli interlocutori dell'impresa (i dipendenti, i fornitori, i clienti e la comunità locale).

Etica d'impresa, responsabilità sociale, trasparenza sono argomenti presenti e referenziali nella politica e nella comunicazione dei giovani imprenditori. Sono stati il tema di convegni nazionali e siamo tutti convinti della necessità di trovare nuovi orizzonti capaci di recuperare il contrasto economico e culturale tra impresa ed etica, fra profitto e qualità della vita, applicabili anche alla nostra realtà territoriale ed imprenditoriale.

Il Canavese è un'area dalla storia industriale importante, dove la cultura d'impresa, l'impegno sociale, la ricerca tecnologica, sono stati elementi permeanti della nostra comunità.

Non a caso molti imprenditori e imprenditrici qui presenti hanno iniziato la loro attività con la passione e la visione propria della grande azienda, l'Olivetti, che ha saputo creare valore nei prodotti che costruiva ma anche valore da redistribuire sul territorio, in campo sociale e culturale. Noi pensiamo che la continuità e lo sviluppo di buone pratiche nella conduzione delle nostre aziende sia parte del nostro bagaglio culturale ed imprenditoriale.

Ora il nostro territorio è caratterizzato da una presenza significativa di piccole e medie imprese, alcune con prodotti innovativi e competitivi sul mercato internazionale, altre con processi di sub-fornitura verso grandi aziende.

In entrambi i casi, per consolidare ed ampliare gli spazi di mercato, e rendere solide e durature queste presenze industriali, occorrono cambiamenti culturali profondi, sostenuti da politiche d'investimento per l'innovazione in persone e in mezzi.

L'innovazione è una fatica costante che le imprese conoscono bene: innovare è un rischio ed è un investimento, ma per affrontare nuove tecnologie e nuovi mercati le piccole imprese devono crescere, articolarsi, investire. Per questo occorre un sistema finanziario efficiente ed alleato con le imprese.

Trasparenza, affidabilità finanziaria, senso di appartenenza, persone incentivate moralmente sono la forza propulsiva della piccola e media impresa e possono determinare il successo della missione aziendale.

Il risultato di un'azienda, in termini di utili, fatturato e quote di mercato, non può però essere slegato dall'attenzione per i problemi dell'impatto ambientale, della cura dei fattori dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale. Questi fattori aumentano la credibilità e la fiducia verso le imprese e contribuiscono ad istaurare e a consolidare, nel tempo, relazioni d'intesa ed alleanza con le comunità sociali di riferimento.

L'assunzione di una logica di responsabilità sociale, implica riformulare e ripensare continuamente la propria organizzazione. La funzione dell'etica non deve essere un esercizio filantropico, ma rappresenta il nuovo valore aggiunto, il punto di forza per garantire il successo dell'impresa, l'efficienza e l'aumento del benessere.

Un sempre più crescente numero di imprenditori crede che adottare trasparenza e consapevolezza negli atti quotidianamente svolti, portare avanti contratti che determinino le pari opportunità dei soggetti nel mondo del lavoro, la scelta di fornitori adeguati alle regole del nostro mercato, e di prodotti di lunga durata, gli acquisti secondo veri bisogni, la salvaguardia dell'ambiente, siano scelte determinanti per mantenere e sviluppare il successo commerciale della propria azienda, oltre a non essere lesivi dell'economia del paese.

È significativa in questo senso l'opinione di un imprenditore, Pasquale Pistorio, attuale Vice Presidente di Confindustria per l'innovazione e la ricerca, che cita: "Prosperità economica, salvaguardia dell'ambiente, giustizia sociale possono e devono andare d'accordo, perché esse non sono responsabili solo nei confronti dei propri azionisti, ma verso l'intera società civile, verso la comunità nella quale operano. Soltanto così esse potranno attrarre fra i giovani, estremamente sensibili ai valori sociali ed ambientali, i migliori talenti". Senza talenti le nostre imprese non possono rincorrere l'eccellenza delle produzioni e fare innovazione.

Oggi le riflessioni sulla responsabilità dell'impresa, sono assai più numerose che in passato e secondo alcuni l'autoregolamentazione potrà determinare maggiore consapevolezza ed impegno.

I Giovani Imprenditori ritengono che scelte di questo tipo debbano avvenire in maniera volontaria, e che parole quali qualità e responsabilità sociale andrebbero salvate dalla retorica, e tradotte semplicemente nel concreto valore dell'onestà, nel principio kantiano del rispetto delle persone, per il quale le persone devono essere trattate come fini in sé e non come mezzi per qualche fine.

Fare impresa oggi non significa soltanto creare modelli di profitto, ma sviluppare modelli di sostenibilità sociale.

Il messaggio che noi Giovani Imprenditori lanciammo nel 2001, durante il convegno "Governance della globalizzazione" e successivamente nel 2002, conteneva i principi a cui ci ispiriamo: sviluppo armonico, democrazia economica e responsabilità sociale dell'imprenditore.

Il lavoro come valore.

Il futuro che vogliamo contribuire a costruire, ci vedrà protagonisti e non soggetti passivi di questo cambiamento, poiché crediamo nella necessità di adottare la trasparenza come etica di comportamento.

LUCA PAOLAZZI - Moderatore
Giornalista economico de "Il Sole - 24 Ore"

Il tema etica e impresa può essere declinato in molti modi.

Giustamente Barbara Gallo ha parlato di onestà, e quando pensiamo agli scandali finanziari che recentemente hanno travolto parti importanti dell'industria e della finanza, certamente non entriamo in un ambito di etica d'impresa, ma parliamo di etica *tout court*, di onestà.

Viceversa quando affrontiamo il tema dell'etica d'impresa, rischiamo di dire delle banalità o delle cose già sentite e ripetute, soprattutto perché nell'ultimo anno è partita l'iniziativa europea sulla responsabilità sociale dell'impresa, che trova in Italia elementi di novità anche legislativa.

Si sta infatti studiando una normativa che dovrebbe in un certo qual modo ufficializzare e canonizzare il significato della responsabilità sociale d'impresa, anche se con il rischio grande di tradurla in una serie di passaggi burocratici e di certificazioni d'impresa, che non trovano riscontro in un cambiamento culturale, ma servono solo a dare un bel bollino blu e quindi a far crescere un'immagine più che una sostanza. Questo è un rischio che bisogna correre.

Trovo che parlare oggi di etica d'impresa nel nostro Paese abbia un significato molto particolare perché questa nazione vive una difficile fase di transizione, politica, finanziaria, industriale.

Siamo un Paese ad industrializzazione ritardata rispetto agli altri Paesi europei, nonostante il grande boom del dopo guerra, che deve evolversi e cambiare con le nuove generazioni.

Quindi il fatto che vi sia presa di coscienza del fatto che queste imprese devono imparare a camminare con le proprie gambe, al di là dei grandi padri fondatori, guidata dagli imprenditori più giovani, è davvero importante.

Inviterò sul palco **Alberto Sola** della Sicme Motori S.p.A, **Luisella Traversi Guerra** della Robur S.p.A e **Marco Brandani** della Maina Panettoni S.p.A, chiedendo loro come declinano l'etica d'impresa all'interno delle loro aziende e come organizzano la loro attività imprenditoriale.

Etica d'impresa: cosa ne pensano alcuni imprenditori di successo

ALBERTO SOLA

Sicme Motori S.p.A

Si tratta certamente di un argomento non facile, anche se decisamente stimolante. Prima di portarvi l'esempio pratico dell'azienda che dirigo, desidero fare alcune riflessioni per tentare di allargare il significato di etica d'impresa.

Gestire un'azienda in modo etico è un principio generale che coinvolge tutte le attività operative, interne ed esterne all'azienda, e non si riferisce unicamente all'adozione di codici etici anti-corrruzione.

Fare etica nell'impresa non significa pertanto rispettare solo le regole di mercato, eliminando ogni forma di pratica corruttiva e sleale per eliminare illegalmente la concorrenza.

Fare etica nell'impresa significa piuttosto:

- realizzare un'organizzazione interna in grado di dare autonomia, di motivare il personale e di ridurre le gerarchie;
- dare pari opportunità, incentivando il lavoro femminile, attraverso lo sviluppo di servizi che lo consentano;
- mantenere un rapporto equilibrato fra patrimonio personale e patrimonio aziendale;
- vedere il profitto non come unico scopo ma come leva per realizzare un miglioramento della qualità e del tenore di vita collettivo;
- gestire l'azienda in modo trasparente attraverso un sistema di controllo aperto a tutti i protagonisti;
- favorire il coinvolgimento dei collaboratori e degli interlocutori;
- valorizzare le risorse umane che rappresentano sempre di più la vera ricchezza dell'azienda;

- abbattere la piramide rovesciata dove alla base ci sono gli anziani protetti e al vertice le donne e i giovani senza diritti.

Su queste premesse è stato fatto un decisivo passo avanti con la designazione di Luca Cordero di Montezemolo a Presidente di Confindustria.

I discorsi e gli appelli di Montezemolo sono etici:

- lavorare assieme al sindacato per programmare sviluppo economico e coesione sociale,
- guardare subito all'interno delle imprese quando qualcosa non funziona,
- superare la logica provinciale per cui si dice sempre che una cosa è di destra o di sinistra,
- puntare sui giovani e sulle donne.

Questi sono gli indirizzi etici del presidente di Confindustria.

Ed etico è anche l'appello del Presidente dei Giovani Imprenditori, Anna Maria Artoni, quando sollecita il patto tra generazioni.

Ma allora l'etica è un buon affare? Vediamo in sintesi quali possono essere i benefici per l'impresa etica:

- evitare gli svantaggi e i costi di una condotta non etica in caso di corruzione, che snatura il mercato, perturba il sistema produttivo, crea arricchimenti indebiti, aumenta l'indebitamento pubblico per i maggiori costi sostenuti;
- migliorare l'immagine e la reputazione dell'impresa;
- aumentare la fiducia dei clienti;
- aumentare la qualità e la competitività dell'impresa;
- ridurre gli sprechi e i costi;
- migliorare i risultati aziendali, attraverso la valorizzazione del capitale intellettuale e culturale come nuova frontiera del vantaggio competitivo.

Per concludere, adottare una condotta etica non significa sacrificare il profitto, ma piuttosto preferire un profitto di lungo periodo, costruito su solide fondamenta, ad un profitto effimero e di breve durata.

Il sistema economico deve avere come scopo anche quello di realizzare attraverso il profitto, il soddisfacimento delle necessità umane e di fornire beni e servizi che aiutino a migliorare il tenore di vita collettivo.

In azienda, l'etica comporta la correttezza dei comportamenti degli uni verso gli altri, in una condizione di reciprocità e non di supremazia.

Infine l'etica di impresa è un vantaggio competitivo non un limite, è un'energia, non una debolezza, è uno stimolo alla creatività, non un freno.

Vi illustro sinteticamente che cosa è stato realizzato nella mia azienda come applicazione pratica di questi principi.

La Sicme motori è un'azienda che produce motori elettrici per applicazioni industriali.

Non sono lavori di serie, facciamo lavori su commessa, in sostanza non siamo una produzione di grande quantità ma il valore aggiunto è ancora un valore preponderante nell'azienda.

Siamo 100 dipendenti, di cui 25 donne, con un fatturato di 15 milioni e mezzo di euro, export al 50%.

Il modello organizzativo, in linea con quanto detto prima, è stato trasformato da un modello piramidale e gerarchico a un modello lean organization, che significa che i livelli organizzativi sono ridotti a tre, me compreso che sono il Presidente e Amministratore delegato; oltre me un secondo livello e poi direttamente l'officina con gli operai. Questo perché si sono operati dei lavori di gruppo molto estesi che permettono un grande risparmio di sprechi d'energie. Questo è stato possibile grazie anche ad una informatizzazione estesa ed integrata a tutti i livelli, con una trasparenza sulle informazioni globale. Le autonomie decisionali

sono state portate a livelli più bassi: non c'è più il capo officina e anche a livello operaio sono possibili autonomie decisionali. Non abbiamo più gerarchie, tutto è gestito con lavori di gruppo. Attorno allo stesso tavolo si siedono i diversi specialisti dei settori e ognuno può dire la sua. Altro importante mezzo di crescita dell'azienda è stato il controllo di gestione trasparente a tutti i livelli.

Io ritengo che questa sia una cosa etica; coinvolgere tutti i lavoratori è certamente una cosa etica.

Il contributo della donna è stato essenziale, anche se non sono partito nella riorganizzazione già puntando sulle donne, ma sono state loro a venir fuori con il nuovo metodo.

La donna ha dimostrato di avere una maggior capacità di assunzione di responsabilità: appena abbiamo tolto le gerarchie, la donna ha incominciato ad emergere, a tutti i livelli. L'assunzione di autonomia della donna è stata più semplice e più lineare, mentre l'uomo ha avuto difficoltà davanti al cambiamento. La donna inoltre lavora in gruppo meglio dei componenti maschili del gruppo.

La nostra politica è quella di dare sempre più spazio alle donne e per facilitare il loro ingresso in azienda è stato programmato un asilo nido.

Usufruendo di una legge del 2003 sul finanziamento di asili nido sui luoghi di lavoro, abbiamo fatto la domanda a Roma e abbiamo ottenuto, unica azienda industriale (cioè produttiva e non di servizi) piemontese, il finanziamento.

L'iniziativa ha riscosso grande successo fra le donne, ma abbiamo avuto diversi problemi per la ristrutturazione dell'edificio adibito, e ancora oggi non siamo riusciti a concludere i lavori. Si rischia, per scadenze burocratiche, che salti tutto, nonostante gli sforzi finora fatti.

LUISELLA TRAVERSI GUERRA

Robur S.p.a

Sono direttore del personale da 42 anni e sono onorata di essere qui ad Ivrea perché la grande svolta della mia famiglia imprenditoriale è avvenuta con l'incontro della famiglia Olivetti.

Ho avuto la gioia di studiare e approfondire alcuni testi sia di Camillo sia soprattutto di Adriano, che ci hanno dato il coraggio di esistere come imprenditori in un modo particolare.

Credo che tutti siate d'accordo sul fatto che nel nostro tempo si vive in una grande confusione: quella fra l'essere e l'apparire.

Lo definirei "mal da marketing", perché il marketing è diventato così importante al punto che le persone confondono il marketing con la sostanza, e dunque l'apparenza diventa realtà. Apparire dunque come valore esistenziale. Perché?

Il vuoto esistenziale che in tutti i settori viene vissuto è il frutto di una complessità che viene dal fine secolo, la criticità del nuovo.

Nell'ambito dell'impresa, dove siamo tutti costretti a correre, perché vale di più la velocità che la perfezione, noi siamo vittime del non rendersi consapevoli che stiamo passando da una cultura positivista del 1900 ad una nuova civiltà di cui non abbiamo i connotati.

Stiamo quindi costruendo una civiltà senza saperlo e c'è una specie di paura inespresa che nasce dall'incertezza. Viviamo nella sonnolenza della mediocrità ed è una cosa molto triste, di cui spesso non ci accorgiamo neanche.

Meccanismo diabolico, che fa male, sono le abitudini ripetute senza slancio. Lentamente i sogni si spengono e tutto si affievolisce.

Altro errore immenso è la mancanza di principi morali, o ancora peggio la nascita di falsi eroi e miti. Pensiamo al meccanismo di voler apparire a tutti i costi in televisione, per dimostrare di esistere (reality show). In più, un'esasperazione dei media che disorientano.

Un altro aspetto, che viene dalla scuola, è la formazione diffusa senza anima, tutti quei professori che fanno il loro lavoro senza anima pur avendo nelle loro mani il futuro di un paese.

Allora qual è il sentiero luminoso che può ricondurre alla scoperta di un piano etico? Può essere sociale prima che individuale?

L'impresa è un luogo di aggregazione, quindi la possibilità di creare valore nel fare impresa sta sulla base della costituzione di individui che hanno dei principi. L'impresa non è fatta di capitali, mezzi e uomini come si vuole far credere, è fatta invece di uomini che con dei mezzi creano dei capitali. Bisogna fare formazione, aggregare delle persone intorno a dei progetti.

Si può fare dell'etica semplicemente dichiarando di farla? La nostra azienda è certificata Vision 2000 e l'anno scorso abbiamo vinto, dopo tre premi italiani, il premio qualità Europa, con una menzione speciale per la gestione del personale.

Ma quante aziende fanno qualità solo con la procedura? Molte aziende fanno così, dichiarano ma non agiscono e non sono imprese etiche.

È il tempo dell'individuazione e della scelta dei valori individuali. Ognuno di noi dovrebbe capire quali sono le proprie aspettative e le proprie qualità per potersi valorizzare.

Quindi è assurdo pensare ad una azienda fondata sull'etica prescindendo dalla scelta individuale della persona.

Il segreto per lo sviluppo di un processo etico sta nel rapporto tra la qualità originale dell'intraprendere e l'assunzione della propria crescita personale, perché noi siamo un processo di crescita. Un imprenditore cresce e passa attraverso diverse fasi e deve prendere coscienza di questo. L'imprenditore si assume delle responsabilità sociali quando fa della propria impresa un luogo di cultura, intesa come formazione imprenditoriale. All'interno di questo processo si costruisce consapevolezza e responsabilità superiore (rendersi conto del ruolo che si ha e del limite che si ha).

Robur è un'azienda che è nata nel 1956, leader nel campo del condizionamento e del riscaldamento a gas, con un'unità produttiva a Zingonia, in provincia di Bergamo, e una in America, dal 2001, attiva solo per le vendite e i servizi.

La Robur è orientata da una visione, da una missione e da sette pilastri.

La visione è stata costruita con l'idea di trasformare concretamente l'amore per il bello e il ben fatto in sistemi innovativi di climatizzazione studiati e creati per i bisogni specifici di mercato.

La missione, costruita con 150 collaboratori, è stata quella di muoversi dinamicamente nella ricerca, sviluppo e diffusione di prodotti sicuri, ecologici, a basso consumo energetico attraverso la consapevole responsabilità di tutti i collaboratori.

I sette pilastri della Robur sono **condivisione, formazione, qualità, innovazione, servizio, responsabilità sociale e testimonianza.**

- **Condivisione:** tutte le attività di Robur sono basate sulla comunicazione e la condivisione dei sogni, delle strategie e degli obiettivi che concretizzano lo spirito imprenditoriale del Presidente e fondatore dell'azienda.
- **Formazione:** Robur organizza regolarmente corsi di formazione studiati per sviluppare le competenze tecniche dei suoi collaboratori, vengono promosse borse di studio.
- **Qualità:** la filosofia della qualità totale è basata sulla condivisione delle grandi potenzialità dell'uomo, la qualità deve essere a tutti i livelli.
- **L'innovazione tecnologica** rappresenta la chiave strategica del vantaggio competitivo dell'azienda.
- **Servizio** significa sviluppare tecnologie amiche dell'ambiente, organizzare formazione specifica per i collaboratori interni ed esterni, implementare un efficiente servizio di assistenza al cliente.
- **Responsabilità sociale** è l'obiettivo di ogni imprenditore.
- **In ultimo Testimonianza:** Robur vuole essere un posto di lavoro stimolato dal progresso, sostenuto dalla passione, vitalizzato dall'umanità, guidato dalla giustizia, garantito dalla qualità e ispirato dalla bellezza (frasi di Adriano Olivetti).

MARCO BRANDANI
Maina Panettoni S.p.a.

Ricordo un ricercatore dell'IBM, un tal Hoffman, che diceva che il progresso tecnico e tecnologico sono inarrestabili. Questo è un dato di fatto. Certo che questo progresso va gestito, perché l'uomo oggi con le proprie azioni può incidere molto di più di un tempo sull'ambiente e sulla società. Questo implica una maggiore responsabilità dell'uomo e della collettività sulle proprie azioni. Anche l'azienda ha quest'obbligo di responsabilità sociale.

I consumatori oggi sono cambiati, sono più sensibili, sono più attenti al discorso dell'etica.

Il prodotto oggi deve possedere, oltre alle caratteristiche primarie che gli sono proprie, delle caratteristiche secondarie non poco rilevanti: deve essere sicuro, salubre, deve nascere da una lavorazione che rispetti l'ambiente. L'azienda deve cogliere questi segnali, quest'esigenza di eticità che si sta sempre di più diffondendo.

L'etica si inserisce all'interno del ciclo economico, non deve essere considerata un elemento esterno, ma rientrare nel processo stesso. Il modello capitalistico deve dunque saper conciliare l'aspetto meramente economico e del guadagno, con l'aspetto etico.

Negli ultimi anni si sono sviluppati diversi sistemi di responsabilità sociale, sistemi che sono stati formalizzati, soprattutto all'inizio – anni 80 – principalmente dalle grandi aziende, dalle multinazionali che hanno dovuto adeguarsi ai nuovi bisogni più che altro perché obbligate dal mercato.

Il pensiero etico, in realtà, è tipico della piccola e media azienda, più vicine alla società che le circonda e alla popolazione.

In pratica all'interno delle piccole-medie aziende ci sono dei valori che noi neanche conosciamo né siamo in grado di comunicare. Molte aziende in Italia hanno delle ricchezze che però non riescono a comunicare all'esterno; potrebbero fare la certificazione etica ma non lo fanno.

La Maina nasce nel 1964 come azienda di famiglia.

Ci si espande sempre di più e si decide di specializzarsi in produzione di panettoni, pandoro e colombe, producendone circa 14 milioni all'anno.

La famiglia torna al centro.

Da quando l'azienda è partita, si è sempre stati attentissimi alla qualità del prodotto, puntando proprio su quello. La qualità del prodotto (materie prime) rientra nella soddisfazione dei fabbisogni primari. C'è poi la qualità del processo di produzione.

La famiglia Maina ha sempre cercato di trasmettere la propria grande tradizione di famiglia trasparente, corretta, unita. Nel 2001 è stata ottenuta la certificazione di responsabilità sociale SA 8000: una certificazione che nasce negli Stati Uniti da un organismo non profit il quale nel 1997 stabilisce delle regole su come comportarsi all'interno dell'azienda per rispettare i dipendenti e la società e come produrre. Estrapola i principi da corpi normativi internazionali, quali la dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, la convenzione sui diritti del bambino, quella per i diritti delle donne, ecc. e ne trae dei principi di base da seguire. Si tratta di otto filoni: il lavoro coatto, il lavoro minorile, ecc.

Non abbiamo dovuto cambiare granché dal punto di vista pratico per adattarci alle norme. Abbiamo aumentato sicuramente il dialogo con la risorsa lavorativa, cercando di capire sempre quelli che sono i bisogni e le necessità dei dipendenti; abbiamo aumentato la formazione culturale e aziendale. Si è creato un rapporto molto più stretto e collaborativo con il sindacato, c'è un grande legame anche con le istituzioni locali.

I valori che stanno alla base della SA 8000 sono perciò gli stessi che noi abbiamo sempre seguito.

Tavola rotonda: “Etica d’impresa nella prospettiva imprenditoriale, economica, morale e religiosa”.

ANTONIO CALABRO’

Direttore APCOM, Telecom Media News

C’è un libro, molto bello, scritto da uno dei giornalisti più grandi del ‘900, un cronista polacco, Ryszard Kapuscinski, in cui l’Autore dice che la persona cinica non è adatta a fare il mestiere del giornalista perché ha bisogno di capire le cose ma senza buttar tutto giù, senza ritenere che ci sia soltanto un interesse basso nelle motivazioni degli uomini.

Guardando allora il processo dell’etica nell’impresa con scetticismo ma senza cinismo, io trovo molto affascinante che Barbara Gallo abbia citato Kant, autore che tutti abbiamo studiato a liceo, ma che poi è scomparso dai riferimenti culturali generali.

Da qualche tempo invece Kant ritorna e il motivo è che nella società civile c’è un gran bisogno di norma, non solo dal punto di vista della legge ma dal punto di vista dei principi e delle regole.

Così come c’è un diffuso bisogno di ritrovarsi in un mondo che sta cambiando talmente tanto da renderci difficile muoverci e comportarci.

È stato altrettanto interessante sentir citati da Luisella Guerra gli Olivetti, un altro pezzo di patrimonio di questo Paese che era passato nel dimenticatoio.

Se guardiamo al mondo complessivo dell’economia dell’impresa, vedo due fenomeni che vanno a intersecarsi.

Da una parte: essere etici perché conviene.

C’è una crescente sensibilità da parte dei consumatori nei confronti dei prodotti che si fanno carico di una responsabilità complessiva. C’è una simpatia verso le aziende che affermano il bisogno di un’identità sociale e di una responsabilità sociale.

Dall’altra: essere etici perché è giusto esserlo.

Quindi al di là dell’idea utilitaristica, c’è oggi nelle imprese italiane, un’attenzione per le valenze profonde di un rapporto con la società e con i doveri dell’imprenditore. Quindi attenzione non solo ai profitti. C’è dunque una consapevolezza crescente.

Penso a Federico Caffè che negli anni ‘70 e ‘80 sosteneva come ci fosse bisogno di contesti, di responsabilità della politica e della società nel suo complesso, per poter descrivere un meccanismo di sviluppo che oggi definiamo come “sostenibile”.

Questi elementi vanno permeando il modo di pensare l’impresa (se non ancora il modo di fare l’impresa). Anche se per scopo utilitaristico va bene perseguire la responsabilità etica.

Smith sosteneva che è l’interesse che muove i comportamenti, e aggiungeva che c’è nelle relazioni una simpatia - oggi meglio definibile come solidarietà - che fa sì che quell’interesse diventi un comportamento che lega pezzi di società insieme. In questo quadro, essere etici conviene.

Aggiungerei un paio di considerazioni.

Che cos’è etica d’impresa oggi? Secondo me, etica per gli imprenditori vuol dire farsi carico delle regole. Una vera *ruling class* deve assumersi la responsabilità della classe dirigente, cioè delle regole a cui è soggetta e che impone agli altri. La regola va assunta come comportamento di norma. Bisogna inoltre farsi carico di una tendenza all’innovazione, come scommessa sul futuro. Deve essere un patto di chi è capace di pensare lo sviluppo sociale in cui l’impresa sia un attore fondamentale, perché produce ricchezza, capacità di investimento, responsabilità di coinvolgimento. Le imprese sono quei luoghi dove si innova per definire nuovo protagonismo sociale, per costruire ricchezza che va investita.

Questa è l’etica, un contesto generale di comportamenti che abbia nelle norme un riferimento ma nelle relazioni interpersonali un riferimento più profondo.

Le imprese italiane stanno andando pian piano in questa direzione, bisogna continuare a seminare.

MONSIGNOR ARRIGO MIGLIO **Vescovo della Diocesi di Ivrea**

Il primo segno di cambiamento lo vivo nello stato d'animo di oggi pomeriggio.

Ero venuto preparato a dover difendere l'etica, invece ho sentito una serie di interventi che l'hanno molto esaltata e hanno presentato delle realizzazioni decisamente interessanti.

Sono prete da 37 anni e vescovo da 12 anni, quindi ho fatto in tempo ad attraversare diverse stagioni: la stagione in cui il problema etico era unicamente individuale, la stagione in cui da parte della Chiesa si cominciava concretamente a fare una certa difesa dei diritti dei lavoratori, anche in modo un po' assistenzialistica, poi c'è stato il momento in cui la Chiesa ha scoperto l'opzione preferenziale per i poveri e siamo diventati i fustigatori degli imprenditori. Il nostro ruolo è certamente quello di dover essere una voce critica permanente.

Ho ascoltato gli interventi cercando di fare un po' l'avvocato del diavolo e spero di riuscire a dire qualche cosa di quanto ho ripensato ascoltando i vostri interventi.

Anzitutto mi pare che sia importante tenere presente uno scenario perché rischiamo di dimenticare che l'etica deve essere per tutti e per tutte le situazioni. E' sbagliato inseguire l'etica per un fine specifico o in un ambito.

Ma di che etica parliamo? Io mi riferisco a un'etica che deriva da una visione cristiana, del mondo e dell'uomo e di Dio; avevo in mente proprio il raffronto fra l'etica ispirata al Vangelo e l'etica di Kant, l'ho sentito citare con molto piacere.

Io sono scettico per quanto riguarda l'individuazione di un'etica comune e indistinta che vada bene per tutti, credo invece che oggi dobbiamo imparare a convivere in una società multi-etica.

Etica o etiche? Forse nella situazione multi-prospettica in cui viviamo oggi è più sensato parlare di etiche, che possono avere sicuramente dei punti comuni o dei punti di incontro.

Quindi non l'idea di un conflitto fra etiche, ma di una realtà fatta di diverse etiche.

A proposito dell'etica ispirata al Vangelo, alcuni principi ispiratori dovrebbero essere questi: anzitutto il primo comandamento, che ci ricorda che siamo delle creature con dei limiti, poi il principio della solidarietà, assolutamente essenziale e non da intendersi come assistenzialismo, un'interdipendenza fra le persone e fra le persone e l'ambiente.

L'etica d'impresa dovrebbe, infatti, guardare sempre in due direzioni: oltre a far riferimento al proprio ambito, alla propria nazione, dovrebbe guardare al di là, nella direzione della globalizzazione, in quella della giustizia fra i popoli, tra le Nazioni.

Dunque l'impresa deve seguire dei principi etici, solo per rispondere ad esigenze morali o religiose, oppure perché questi principi etici determinano e condizionano il benessere sociale ed economico? Sicuramente l'impresa deve ispirarsi a principi che pensino al benessere dell'umanità. Procedere con dei principi etici di giustizia globalizzata, è una delle condizioni fondamentali per un vero sviluppo, per uno sviluppo sostenibile, che spezzi alcuni circoli viziosi, alcuni nodi problematici.

Un altro nodo è il rapporto tra l'ambito imprenditoriale e l'ambito politico: è necessario che ci sia qualcuno al di sopra, che governi i processi economici e finanziari e non viceversa. Questo è un problema ancora ben aperto.

Un'etica ispirata cristianamente, non è di sicuro un'etica che offra delle ricette e delle soluzioni ma è piuttosto un'etica che offre delle direzioni per una ricerca certamente faticosa, anche nelle decisioni concrete di ogni giorno, dove non è grave sbagliare, ma sarebbe grave non porsi neanche i principi.

Il problema oggi è quello di un circolo vizioso: dobbiamo rivedere il nostro rapporto con i beni materiali e con il progresso tecnologico, cercando però allo stesso tempo di far crescere la produttività.

Chiaramente è una contraddizione: cercare di salvaguardare la libertà di impresa e di mercato e, allo stesso tempo, una dimensione collettiva di solidarietà.

GIUSEPPE TARDIVO

Prof. Economia, Università Torino

L'etica è stata da sempre una delle massime espressioni del pensiero umano. Sono stati citati prima Beccattini, Caffè e Smith, quindi l'etica dal punto di vista dell'economista.

È interessante contrapporre a questa visione, anche la visione dell'etica dal punto di vista dell'economia aziendale.

Da questo punto di vista ci poniamo una domanda fondamentale: come dobbiamo interpretare questo fenomeno e soprattutto che significato riveste in chiave evolutiva e quindi per lo sviluppo dell'azienda.

Dobbiamo anzitutto riconoscere che qui le valenze e i punti di osservazione sono molteplici, dobbiamo riconoscere un approccio classico e uno innovativo.

L'approccio classico considera l'etica come un patrimonio del management, come uno stile di direzione che è orientato alla formazione di condizioni operative dell'impresa accettabili e condivisibili dal mercato, quindi non più solo la mera creazione di profitto, ma la creazione di profitto in un'ottica di condivisione e di accettazione di valore. Gli studi più recenti vanno oltre e hanno sensibilmente ampliato questa impostazione concettuale: parliamo adesso di etica verso i fornitori, verso i clienti, verso il personale, verso il territorio e l'ambiente.

Questo tipo di approccio riflette il passaggio da una visione verticale e quindi necessariamente dirigistica dell'azienda, contro una visione orizzontale orientata al soddisfacimento delle necessità dei portatori di interesse all'interno dell'impresa.

L'impresa quindi non è più rappresentata anche concettualmente da un punto di vista aziendalistico, come un qualcosa di unitario nel tempo e nello spazio, ma come un sistema di valori in cui intervengono una pluralità di soggetti, attori.

In questo contesto il compito prioritario del management si sposta, diventa quello di saper mediare tra questi interessi tante volte contrapposti, rispettando però le esigenze di sviluppo e di competitività dell'impresa.

Nasce l'idea di responsabilità sociale dell'impresa, la quale si converte al bene comune.

Quindi non solo profitto ma attenzione al mondo circostante, nella convinzione che il benessere generale aiuti poi l'impresa nel suo cammino verso il profitto e che le garantisca quindi la sopravvivenza.

Assistiamo dunque ad una mutazione di filosofia gestionale dell'impresa, un cambiamento epocale rispetto a 4-5 anni fa. Quando i padroni del vapore costruivano case per gli operai e scuole per i loro figli, si basavano su un'equazione molto semplice: migliori condizioni di vita uguale maggior attaccamento all'impresa, alla fabbrica, e dunque maggior efficienza ed efficacia, maggiore produttività.

In Italia ha fatto scuola Adriano Olivetti che voleva produrre sì ottimi modelli di macchine per scrivere e da calcolo, ma voleva produrre anche modelli evoluti di una comunità sociale felice: gli stabilimenti, le scuole, la biblioteca di Ivrea, il piano urbanistico della Valle d'Aosta e quelli per lo sviluppo del Sud.

Adriano Olivetti è scomparso oltre 30 anni fa ma probabilmente è già stato dimenticato, nei giorni in cui si assume come missione dell'impresa la creazione di profitto, o meglio ancora la creazione di valore per gli azionisti.

Olivetti credeva invece che l'impresa dovesse produrre ricchezza nel senso di creare occupazione, diffondere nella comunità i ricavi dei successi raggiunti sul mercato. Sosteneva anche che in un'impresa

altamente tecnologica, fosse importante la fedeltà dei lavoratori, la loro stabilità e soprattutto la loro partecipazione.

Olivetti anticipava allora alcuni cardini dell'etica d'impresa e della responsabilità sociale. Responsabilità sociale significa, dal punto di vista dell'azienda, diventare attore delle politiche pubbliche, occupandosi dell'interesse generale, non più come conseguenza della ricerca di un puro e legittimo profitto, ma come compito primario da condividere con altri soggetti.

Nasce quindi l'idea del bilancio sociale.

Il discorso sul bilancio sociale sarebbe lungo, mi limito a dire che esso esprime sicuramente dei concetti etici ma può anche discostarsi sensibilmente dalla reale applicazione dell'etica. Sorge dunque la necessità di un adeguamento e di un riconoscimento di certi valori etici. L'obiettivo dell'impresa non è più produrre profitto, ma è capacità di essere competitiva, di saper stare sul mercato, e quindi capacità di creare ricchezza, come sosteneva Adriano Olivetti.

Ed è proprio questa capacità di stare sul mercato a consentire la focalizzazione di quella che, secondo la più recente e accreditata teoria economica manageriale, appare a più appropriata definizione dell'etica: l'etica concepita come un sistema di valori.

Ma attenzione: devono essere dei valori condivisi e accettati che producono consenso sociale e producono immagine e testimonianza.

Condivisione, accettazione, consenso sociale, immagine e testimonianza dal punto di vista aziendalistico, sono considerate - non a torto - le parole dell'etica.

Questo concetto ha un'implicazione profonda nell'ottica aziendale, perché ipotizza un cambiamento di 360 gradi rispetto ad una concezione tradizionale precedente; significa la necessità di un mutamento nella cultura dell'impresa.

Assistiamo ad un passaggio da un'etica nell'impresa, ad un'etica dell'impresa, a un'etica esterna all'impresa. A questo proposito, vorrei ricordare tre caratterizzazioni dello scenario esterno che circonda l'impresa:

1. Passaggio da una società standardizzata a una società dell'informazione: l'impresa non è più orientata al prodotto ma è orientata al mercato, al consumatore. Cambia l'ottica di riferimento. Si parla addirittura di un'impresa pro-attiva, che crea essa stessa il proprio mercato, quindi il mercato subisce le scelte dell'impresa. È etico questo comportamento dell'impresa che vuole orientare le scelte del consumatore, imporre i propri orientamenti?
2. Necessità dell'impresa di crescere costantemente, di svilupparsi per ottimizzare la propria capacità competitiva, realizzando la cosiddetta economia globale che arriva in certi casi ad alimentare non solo le possibilità di scelta del consumatore, ma anche a "cannibalizzare" le imprese concorrenti. È etico questo tipo di comportamento?
3. Impatto sull'ambiente e le sue ripercussioni sul territorio e sul sociale: l'immissione di sostanze tossiche, l'inquinamento, la deforestazione, i prodotti geneticamente modificati, lo sfruttamento del lavoro minorile. È etico un comportamento di questo tipo?

La risposta non è così scontata come appare, non sempre e non per tutti è così semplice poter decidere di essere etici fino in fondo.

La vera essenza che dovrebbe assumere l'etica nell'ottica aziendalistica è che dovrebbe cercare di competere con integrità. Mi riferisco in particolar modo all'ultimo capitolo di un libro dedicato a questo argomento, scritto da Richard De George, uno dei massimi studiosi di business. Cosa significa?

Occorrono leadership in grado di assumersi responsabilità, persone capaci di assumere nuovi modelli culturali e mentali in grado di costituire quel sistema di valori che costituisce l'approccio innovativo del

business management; occorre dunque riconsiderare la centralità dell'uomo, il valore della persona, la sua capacità di sviluppo e di realizzazione.

MICHELA MARGUATI

**Direttore di "Quale Impresa", periodico mensile
dei Giovani Imprenditori di Confindustria**

L'impresa deve fare profitti, in qualsiasi caso, perché siamo imprenditori e da qui dobbiamo partire, altrimenti saremmo *non profit*.

Il dilemma rimane quello di coniugare il fare profitti con l'ambiente che ci circonda.

Uno slogan dei giovani imprenditori è quello di coniugare l'impresa del valore con l'impresa dei valori, in un continuo scegliere su come creare valori nel contesto in cui l'impresa vive.

Il problema dell'etica è un problema che si sviluppa con lo svilupparsi della cultura d'impresa.

Se l'impresa è sempre stata vissuta in antagonismo con il territorio, oggi lo sviluppo di una cultura d'impresa permette di averne una considerazione più positiva, per cui l'impresa e il territorio hanno un legame che è biunivoco, e non può essere altrimenti. Pensiamo alla Olivetti, che ha avuto un rapporto di osmosi con il proprio territorio, così come d'altronde molte altre aziende in tutta Italia. Un territorio cresce e si sviluppa e crea opportunità solo dove ci sono imprese che si sviluppano, e viceversa un'impresa si sviluppa solo se esiste un territorio con delle istituzioni che gli consentono di seguire questa strada.

Che cosa vuol dire essere un'impresa etica? Ogni impresa sceglie la propria strada, il proprio percorso, un po' in base a quello che è il proprio business, un po' confrontandosi con quello che ha intorno e valutando il complesso dei bisogni.

Le esigenze e i bisogni di oggi sono totalmente diversi da quelli di una volta. C'è tutta una serie di elementi che l'azienda deve seguire per poter rimanere al passo con le esigenze dei tempi moderni (un esempio lampante è l'asilo per i figli delle dipendenti).

L'etica deve toccare molti aspetti dell'impresa: dall'immigrazione alla globalizzazione, dalla democrazia economica al welfare.

L'impresa di oggi deve essere in grado di tenere sott'occhio tutti questi aspetti sociali per poter essere competitiva sul mercato.

Il problema diventa allora quello di riuscire a comunicare i valori che le nostre piccole e medie imprese hanno e portano con sé. Imprese che spesso derivano dal capitalismo familiare e che dunque portano comunque in sé i valori della famiglia e che sono legate al territorio.

Comunicare questi valori è la parte più difficile. Bisogna farlo utilizzando degli obiettivi misurabili, non andando in giro a pubblicizzare la propria eticità: la certificazione ISO, gli asili nido aziendali, la produzione senza OGM.

Sarà il consumatore a decidere se le scelte che l'azienda ha fatto sono buone o no. Bisogna dunque rendere misurabile l'etica d'impresa per poter riuscire a trasmetterla al mercato e ai consumatori.

Dibattito

Marco Iannaccone – Gruppo UniCredito – Private Banking

Vorrei portare la testimonianza del **Gruppo UniCredito – Private Banking**, all'interno del quale mi occupo di attività di consulenza ad imprenditori, che vengono per confrontarsi su temi quali il passaggio generazionale, la responsabilità da parte degli imprenditori nell'interazione con il territorio, etc.

Dunque ci si confronta con temi etici. Il gruppo di per sé è convinto che essere impresa eticamente responsabile voglia dire rispettare una serie di regole, che sono regole di comportamento verso gli azionisti, che influenzano il rapporto con tutti coloro che circondano la nostra azienda.

In tutto ciò il gruppo ha preso consapevolezza su ciò che significa “fare banca” e cerca di soddisfare tutti i suoi interlocutori rispettando innanzi tutto il principio dell'etica.

Giovanni Rossitti – Associazione Industriali di Novara

L'Associazione Industriali di Novara è la seconda associazione territoriale in Piemonte – 450 aziende associate, con 30.000 dipendenti equivalenti.

Nel 2002 abbiamo fatto la scelta di impegnarci nello sviluppo della responsabilità sociale, e l'abbiamo fatto con alcuni strumenti di comunicazione e di gestione.

Avevamo una *good governance*, per cui politiche di responsabilità e di programmi ambientali erano già attivi nella nostra associazione da diversi anni.

Le azioni portate avanti sono queste:

- è stato organizzato un comitato etico interno, nato in maniera volontaria, la cui prima azione è stata quella di scrivere e condividere un codice etico interno, di principi e di visione morale;
- abbiamo pubblicato con cadenza annuale il nostro bilancio sociale, facendo cioè un consuntivo delle azioni portate avanti e il budget per quelle future;
- abbiamo ottenuto, prima associazione territoriale in Europa, la certificazione SA 8000, quindi con assenza di lavoro forzato, assenza di lavoro minorile, pari opportunità fra uomini e donne, occupazione e retribuzione dignitose, libertà di associazione.

Sono temi che possono sembrare distanti da un'organizzazione occidentale, ma non è così purtroppo.

Per riassumere, se prima abbiamo fatto pulizia interna, cercando di concentrarci sugli aspetti diretti dell'associazione, da adesso in poi sarà importante lavorare sugli aspetti indiretti, sensibilizzare le aziende, fare azioni concrete per il mondo del lavoro, sensibilizzare i fornitori critici, valicare gli interlocutori, creare una sintonia di valori con le nostre società controllate (società di collocamento e di selezione del personale).

Fondamentale risulta essere il ruolo del comitato etico, proprio perché nasce da professionalità multidisciplinari.

Giovanni Martelli - commerciante all'ingrosso

Volevo segnalare un progetto nato da un'esigenza concreta, aiutare gli indigenti. La prima spinta è stata quella di creare possibilità di lavoro per degli indigenti.

Sono nate per questo delle piccole aziende attraverso un azionariato diffuso, le quali piano piano hanno elaborato tutto un loro modo di essere.

La prima idea era quella di creare utili da distribuire in parte ai poveri, in parte per formare uomini nuovi che sappiano vivere un nuovo tipo di economia. Quest'idea si è diffusa in tutto il mondo e ad oggi vi hanno aderito oltre 860 aziende.

Il progetto è stato chiamato “Economia di comunione nella libertà”, perché non c'è un vincolo tassativo di dividere gli utili. Ogni azienda è libera di agire nel modo che crede.

Di questa economia di comunione fanno parte anche gli indigenti, dato che si tratta di una comunione tra chi ha delle risorse e chi non ne ha.

Stefano Zamagni, docente universitario di Bologna, definisce questo modo di fare azienda - spiegando come nasca da una nuova teoria economica - la teoria economica della relazionalità, cioè lavorare pensando all'altro. Ognuno degli attori pensa a quello che il suo lavoro comporta per gli altri.

Si tratta dunque di un progetto che ha un suo modo di essere "etico" e che molto si avvicina a quelli che sono i tentativi di fare impresa etica oggi.

**Luigi Bianco – Amministratore delegato di EQC S.r.l.
(società che opera nella consulenza per la qualità
e l'etica).**

Sapete qual è il Paese che ha il maggior numero di certificati SA 8000?

È l'Italia. Il motivo è semplice. Alcune regioni italiane hanno stimolato la promozione, non soltanto con finanziamenti ma con iniziative di legge, mirate a favorire chi ha la certificazione etica, le imprese in possesso di certificazione SA 8000.

Il grande problema è la sensibilizzazione dell'ente pubblico. Lo scenario in Italia, verso una promozione reale dell'etica in che stato è? Ci sono iniziative in Italia in questo senso?

Luca Paolazzi

Chiaramente ci deve essere un contesto di attenzione politica e di governo, mentre se l'Italia in questo momento si trova con i grossi ritardi che conosciamo, è perché per molti anni questa politica intesa come progettualità lunga, è mancata. Ci deve essere sicuramente una compartecipazione fra il politico e l'imprenditore senza però arrivare a confondere i ruoli.

Ivan Pescarin – Azienda Esercizio Gas, Ivrea

La cooperativa del gas di Ivrea, nella quale svolgo il ruolo di Presidente pro-tempore, ha innescato tutte le cose dette qui senza grandi difficoltà: la formazione del personale all'interno, l'attenzione all'ente pubblico, la scelta di favorire studenti e iniziative imprenditoriali piccole e locali, la scelta di dare dei vantaggi economici seppur misurati.

Credo che la società cooperativa sia una delle più avanzate sul piano della democrazia economica.

Ma mi chiedo e vi chiedo: la cooperativa può avere delle prospettive in un mondo liberista? Può affermarsi, essendo particolarmente connotata alle questioni etiche fin'ora discusse?

Giuseppe Tardivo

Direi che la risposta la si può desumere dalle parole di Richard De George, il quale dice che l'etica è un valore universale, e quindi prescinde dal contesto socio-economico di riferimento e dalla tipologia di impresa di riferimento.

I più piccoli esempi di etica che costituiscono la base per l'evoluzione e la modificazione di una cultura aziendale volta al potenziamento di questi valori etici, sono le società indipendentemente dal tipo.

La risposta dunque è sì, anzi la dottrina si attende che siano proprio queste piccole imprese a comportare un'istituzionalizzazione, un'evoluzione dell'etica.

Tornando a temi già sviluppati prima, vorrei ancora dire che è vero che l'azienda debba innanzi tutto essere orientata al profitto, ma questo deve essere un profitto sociale, quindi allargato.

Conclusioni

Luca Paolazzi

Dalla discussione di oggi sono emerse diverse tematiche molto interessanti, nonché diverse risposte.

Emerge piuttosto chiaro dalle testimonianze e dalle relazioni della tavola rotonda, il fatto che l'etica d'impresa è un modo di interpretare la vita dell'imprenditore, un modo in cui si fanno le scelte e un modo in cui ci si interroga su quali sono le misure da prendere all'interno dell'azienda e su come organizzare l'azienda stessa.

Non è un fine in sé, è un comportamento. Questo sempre nell'ambito imprenditoriale, sempre restando la natura dell'impresa stessa.

Altro elemento che emerge è che c'è un movimento sociale sempre più forte, in direzione della responsabilità sociale d'impresa.

Non è solo un'etichetta, non è solo una moda. È un passaggio (forse non irreversibile, purtroppo) però verso una società migliore, più coesa, più solidale, dove c'è più dialogo e maggiore capacità di ascoltare. Questo movimento può portare dei grossi frutti, anche se con un "ma": senza un innalzamento, partendo dal basso, il processo rischia di arenarsi.

Ci sarebbe bisogno di una politica che sappia volare alto e che lo sappia far emergere.

CARLO ROBIGLIO - Presidente Regionale Giovani Imprenditori Piemonte

Sullo sfondo di ogni dibattito, sui temi relativi all'etica o all'impresa, o sulla tematica parallela della responsabilità sociale delle imprese, si pongono da qualche mese i casi Parmalat e Cirio. Certo non esistono solo quelli, perché molte vicende simili si sono manifestate a livello mondiale, ma ovviamente quelle italiane ci hanno toccato molto più da vicino.

Ebbene sono vicende che - per riflettere sull'impresa - ci inducono a sottolineare ancora di più il punto centrale, che è quello di ricordare che il lavoro di per sé è etico in quanto tale, per il contributo che dà alla persona e alla società stessa.

È etico nel far crescere un'impresa che si sviluppa e dà lavoro, come nel chiudere un'attività che consuma risorse e non ha più ragione d'esistere, sia perché è stata mal condotta sia perché la concorrenza non le dà più spazio.

Una frase che sintetizza questa situazione è quella ripetuta dall'ex presidente della Confindustria, D'Amato: il mercato non fa prigionieri. Il mercato è duro a livello mondiale. Per reggere a quel confronto non servono scorciatoie, non servono facili accomodamenti, occorre un impegno rigoroso e serio, coerente con una scelta etica di fondo che è quella dell'impresa sana. Chi inganna gli altri imprenditori, i creditori, gli azionisti, i clienti, sta al di fuori di un lavoro pulito e fa crescere un'attività che sicuramente prima o poi si porterà dietro danni molto più grandi dei benefici apparentemente ottenuti o distribuiti.

Può anche accadere che situazioni che si scoprono gravemente degenerate, derivino da irregolarità inizialmente compiute per nascondere situazioni via via compromesse.

Per questi motivi un sistema economico deve darsi delle regole, contenute nelle norme e nelle prassi dei rapporti sociali. In una società ben ordinata, la buona reputazione nel mondo del lavoro vale molto più di tante regole e certificazioni.

Gli economisti stanno sempre più adottando un concetto che in passato è stato solo dei sociologi e degli psicologi, quello di capitale sociale, da intendersi non come il capitale versato di una società per azioni o a responsabilità limitata, ma come valore dell'insieme dei rapporti, della rete sociale, della fiducia, della collaborazione, della conoscenza che un sistema di imprese ha al suo interno e verso l'esterno.

Da sempre gli economisti sanno che la funzione di produzione di un'economia è fondata su quattro fattori: il primo fattore è il lavoro, a cui si accompagna il secondo, vale a dire il capitale umano incorporato

nel lavoro tramite la conoscenza e la formazione. Il terzo è il capitale fisico, produttivo, che si crea tramite l'investimento; il quarto fattore sono le risorse naturali che spesso sono date all'interno di un'economia.

Un quinto fattore, che ora è sempre più considerato è quello del capitale sociale. Un'economia che debba impiegare risorse rilevanti esclusivamente per rilevare il proprio funzionamento, un'economia che debba investire denaro per evitare frodi, rende molto meno di un'economia in cui la collaborazione sia nel DNA di tutti i suoi componenti. Uno dei grandi problemi delle economie in via di sviluppo è proprio la mancanza del capitale sociale.

Uno dei fondatori del moderno concetto di economia, Adam Smith, affermava a proposito dei Paesi poco sviluppati, a metà del '700 (e pensava anche al nostro), che per portare un Paese dalla barbarie più abietta a un elevato livello di opulenza, sono sufficienti la pace, tasse moderate e una dignitosa amministrazione della giustizia, che possiamo intendere proprio come il rispetto del capitale sociale.

Passiamo al ruolo dell'impresa.

Il ruolo dell'impresa privata nella realizzazione dei prodotti necessari per i bisogni umani, è insostituibile. La tentazione di dare spazio allo stato a scapito dell'iniziativa privata, è purtroppo ricorrente, ed emerge nei momenti di difficoltà e tensione, quando ci sono imprese che chiudono per crisi produttive, oppure per scandali economico-finanziari.

Esiste una storica polemica di Giorgio La Pira, sindaco di Firenze, che nel 1954 invocava l'intervento dello stato in presenza di nuovi licenziamenti in una Firenze già in difficoltà, entrando in polemica con l'allora Presidente della Confindustria, Costa, e indirettamente anche con Don Sturzo (sua è l'opinione che lo Stato sia per definizione inabile a gestire una semplice bottega di ciabattino).

La risposta di Don Sturzo a La Pira è da leggere con molta attenzione a tanti anni di distanza. Don Sturzo precisa di essere difensore di un moderato intervento statale, specialmente a scopo integrativo, dove l'iniziativa privata non possa da sé corrispondere adeguatamente alle esigenze pubbliche.

Si tratta di un'anticipazione lucida e interessante dell'importantissimo principio della sussidiarietà, che vuole che i problemi siano risolti il più vicino possibile alle esigenze dei cittadini, prima di tutto dalla più efficiente ed efficace iniziativa privata.

Nella storia della Democrazia Cristiana non fu purtroppo Don Sturzo a prevalere, bensì La Pira insieme a Fanfani, e molto dello statalismo della nostra storia deriva da lì, soprattutto negli anni '60, che videro l'espansione ulteriore dell'IRI e la nascita dell'ENEL, fonti di tanti problemi.

Dunque un ruolo insostituibile per l'impresa privata, senza mitizzare nessuno, soprattutto di questi tempi, ma riconoscendo una semplice realtà di fatto.

Beninteso, come imprenditori invochiamo norme rigorose e severe, ma semplici. Gli economisti che si occupano dei rapporti fra economia e diritto, ci insegnano che le norme complesse ed oscure facilitano il compito di chi vuole male operare.

Ora siamo alla vigilia di nuove norme che regoleranno la tutela dei risparmiatori e della pubblica fiducia nei confronti delle operazioni finanziarie. Non basteranno, ci saranno altri scandali, ma almeno sarà un passo in più. Ciò che conta è che si tratti di norme chiare e di facile attuazione.

Esiste già un codice, il cosiddetto codice Draghi, volontario, di comportamento delle società quotate. Si potrebbe prendere spunto da questo per renderlo obbligatorio. Altrettanto si potrebbe agire senza obbligatorietà, privilegiando l'informazione.

Riteniamo inoltre molto importante che si possano adeguatamente avviare forme di autoregolamentazione, da sostituirsi con regole emesse dallo stato, qualora l'autoregolamentazione non sia sufficiente, non sia credibile.

Un grande economista, Maurice Alais, premio Nobel per l'economia, è lo studioso che meglio di tutti ha posto in luce come le decisioni economiche non siano guidate esclusivamente dall'egoismo individuale, ma anche da un complesso di motivazioni che affonda le sue radici in tutte le sfere dell'essere umano.

Quest'ultimo deve essere posto al centro dell'agire di un'impresa, come di qualsiasi altra organizzazione, della quale deve rappresentare il fine e non un semplice mezzo.

L'impresa è un'istituzione sociale, e in quanto tale ha un diritto di cittadinanza che la rende meritoria di una serie di tutele, e in casi specifici, anche meritoria di sostegno.

Questo stesso diritto le impone però di soddisfare determinate aspettative che la comunità a cui appartiene ha nei suoi confronti, attraverso il rispetto delle regole etiche della comunità e l'attuazione di comportamenti sociali.

Con una distinzione fondamentale.

Mentre il primo è un imperativo assoluto per l'impresa, la seconda deve essere lasciata alla sua discrezione. Sono chiare dunque le ragioni che rendono necessario un certo grado di responsabilità dell'impresa verso il sistema sociale nel quale essa è inserita.

Il successo di un'impresa è strettamente conseguente alla sua capacità di stabilire relazioni positive con soggetti esterni, a partire da quelli che sono collocati nel suo stesso contesto geografico. D'altro canto, la disponibilità di ogni soggetto, nel mettere le proprie risorse, di lavoro, di capitale a disposizione dell'impresa, è sempre più influenzata dai valori che ne guidano gli orientamenti strategici e i comportamenti operativi di ciascuna iniziativa.

È stato verificato in diverse rilevazioni statistiche, che i giovani migliori tendono a cercare occupazione in quegli organismi che sono, da un lato leader nel proprio settore, dall'altro rinomati per una reputazione positiva, in termini di trasparenza, correttezza dei comportamenti e attenzione verso i problemi del proprio contesto geografico.

L'impresa genera valore aggiunto, ma il suo valore aggiunto è più complesso di quello che deriva semplicemente dalla somma dei redditi pagati o dalla differenza di ciò che è venduto e ciò che è acquistato.

Addirittura si scopre che il valore aggiunto tradizionale è circa la metà del valore aggiunto complessivo cui si arriva se si tiene conto di tutte le componenti che interessano la vita di un'impresa.

Per tutti questi motivi, come Giovani Imprenditori, proponiamo e collaboriamo a ogni iniziativa nella direzione dell'etica e dell'ampliamento dell'interesse della collettività verso il ruolo delle imprese.

E anche per questo motivo che guardiamo con prudenza e attenzione all'allargamento della sfera di intervento di coloro che vogliono fare del tema dell'etica e di quello della responsabilità, uno dei tanti business che esistono all'interno della società e dell'economia.

È molto più di un business ed è molto differente: è un impegno che farà sempre più parte del patrimonio genetico dei veri imprenditori, che ogni giorno con il proprio lavoro e con la propria capacità, esercitano un mestiere più ricco per la società nel suo insieme, il mestiere dell'imprenditore.