

Etica d'Impresa

L'impegno dei Giovani Imprenditori

Introduzione al tema.

Società e imprese vivono, ormai da tempo, una difficile situazione di transizione, i cui esiti finali non sono scontati.

E' un processo che riduce la fiducia dei singoli cittadini, delle organizzazioni e delle istituzioni in quei comportamenti che in passato hanno avuto successo e che ne favorisce il ricorso a strategie di breve termine, per loro natura scarsamente sensibili a valori permanenti e ad interessi generali.

E tuttavia, proprio in questo contesto, l'esigenza di individuare alcuni punti forti, cui ancorare scelte e comportamenti individuali e sociali, diventa ancora più impellente e segnala - probabilmente - alcune delle linee che caratterizzeranno il prossimo futuro.

Anche le imprese vivono quest'esigenza.

I Giovani Imprenditori - in particolare - da tempo si sono fatti carico di sottolineare la necessità di coniugare le esigenze delle imprese e di rilancio economico e industriale del Paese con le riforme, la sussidiarietà orizzontale, la democrazia economica, l'inclusione sociale e conseguentemente l'esigenza di fondare le scelte ed i comportamenti delle imprese su un insieme di principi etici forti e palesi.

E' un tema vasto, riconducibile alla **Responsabilità sociale dell'impresa**, di cui si occupano anche organismi internazionali come l'ONU e l'Unione Europea, e in merito al quale diversi stati europei hanno assunto precise iniziative legali.

In effetti, i marchi di qualità si stanno diffondendo; le imprese che redigono bilanci sociali stanno aumentando; le ricerche mostrano che i marchi 'virtuosi' vengono premiati dal mercato.

L'adozione di un comportamento etico delle imprese sembra pagante non solo come servizio reso alla società nel suo complesso, ma anche perché può tradursi - per le imprese che lo adottano - in un vantaggio competitivo nei confronti di quei concorrenti che sono attaccabili proprio sul piano della non eticità dei loro comportamenti.

E tuttavia questo approccio si diffonde con una relativa lentezza.

In parte perché realizzare un'impresa etica implica un cambiamento culturale profondo nei valori, negli atteggiamenti e nei comportamenti dei suoi membri.

In parte perché l'impresa etica richiede anche un rapporto equilibrato ed armonico tra l'impresa stessa e la società.

Tale equilibrio è più spesso un obiettivo che non un dato di fatto.

La società, in quanto tale, si ispira a regole di vita 'corrette', che valgono per tutti allo stesso modo (è il concetto di morale, di bene comune), mentre l'impresa e tutti gli altri corpi sociali si ispirano

ciascuno ad etiche proprie, cioè a regole di azione ‘corrette’ in relazione alle particolari funzioni che essi svolgono nell’ambito della società.

Morale ed etica (anche se quest’ultima è figlia della prima), appartengono perciò ad ambiti diversi e tra esse si manifestano contrasti quasi inevitabili.

Inoltre, l’impresa non si muove, unico attore, in un sistema sociale semplice, indifferenziato ed uniforme.

Per scelta o per obbligo, essa interagisce quotidianamente con una molteplicità di altri soggetti, istituzioni, associazioni di categoria, organizzazioni, individui, etc., ciascuno dei quali è portatore di interessi, obiettivi ed etica specifici.

Ne nasce una rete di rapporti, un insieme di opportunità e di vincoli che hanno un peso importante nel definire ampiezza e profondità, estensione e qualità dei comportamenti etici che le imprese possono adottare e che ad esse possono essere richiesti.

In altri termini, il comportamento etico dell’impresa postula comportamenti simmetricamente etici da parte di tutti i suoi interlocutori, una sintonia di fondo tra queste diverse etiche e, finalmente, tra queste e la morale della società.

Morale ed etica d’impresa sono allora inconciliabili?

Oggi si fa strada l’idea che le due finalità non siano necessariamente conflittuali tra loro, che il bene privato e quello pubblico possano convivere: cooperare é più produttivo che confliggere, si tratti pure di una cooperazione tra egoismi ed altruismi interessati..

Dunque, l’etica d’impresa è una scelta necessaria, inevitabile per un’impresa che abbia una visione non meramente economicistica della propria funzione sociale e che si prefigga una strategia di medio-lungo termine; una scelta da portare avanti ricercando un più armonico e più equilibrato rapporto con la società.

E’ su questi temi e sulle esperienze concrete di alcune imprese che il convegno intende attirare l’attenzione dei partecipanti.

NOTE BIOGRAFICHE

Anna Maria Artoni ha ricoperto, dal 1999 al 2002, l'incarico di Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Reggio Emilia e ha fatto parte del Comitato di Presidenza e del Consiglio Direttivo della locale Associazione Industriali. E' attualmente Presidente dei Giovani Imprenditori a livello nazionale e Vicepresidente di Confindustria dal 17 Aprile 2002. E' Vicepresidente e membro del Consiglio di Amministrazione di Artoni Trasporti S.p.A., azienda di famiglia, Presidente della società Network Extension S.r.l. e membro del Consiglio di Amministrazione del Consorzio Interaziendale Servizi (CIS), fa parte del Consiglio Camerale di Reggio Emilia. Nel 2003 è stata designata dal governo italiano come membro dell'Advisory Board per la modernizzazione della Pubblica Amministrazione, nonché dell'Advisory Board sull'innovazione tecnologica.

Marco Brandani, laureato in economia aziendale all'Università di Pisa, è titolare e amministratore della Maina S.p.A., fa parte del Consiglio di Amministrazione della Cassa di Risparmio di Fossano. E' presidente dei Giovani imprenditori della Provincia di Cuneo.

Antonio Calabrò è direttore dell'agenzia APCOM ed editorialista economico de "La7". E' stato direttore editoriale del gruppo "Il Sole-24 Ore" e vicedirettore del quotidiano. Ha lavorato a "La Repubblica", "Il Mondo" e "L'Ora" e ha diretto il settimanale "Lettera finanziaria" e il mensile "Ventiquattro". Autore e curatore di numerosi saggi di politica ed economia, tiene corsi di comunicazione e giornalismo all'Università Bocconi di Milano.

Mario Gaiardo è Presidente dell'Unione Industriali del Canavese e Vicepresidente e Direttore Generale della Matrix S.p.A.

Barbara Gallo, laureata in Architettura, è Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori del Canavese e Presidente della Progind S.r.l., azienda di famiglia.

Mons. Arrigo Miglio, attuale vescovo di Ivrea, ha svolto i suoi studi presso il Pontificio Istituto Biblico di Roma, nei primi anni del suo ministero sacerdotale ha vissuto attivamente l'esperienza conciliare. E' stato Vicario generale presso la Diocesi di Ivrea e Vescovo di Iglesias.

Luca Paolazzi è laureato in economia politica all'Università Bocconi di Milano. Dal 1993 è inviato de "Il Sole-24 Ore". E' stato Professore a contratto all'Università di Palermo ove ha tenuto corsi sulla moneta unica europea, è autore di numerose pubblicazioni su temi economici. E' vincitore di tre premi per il giornalismo economico: nel 1993 la prima edizione del premio Q8, nel 1994 la seconda edizione del premio Giuseppe Brizio, nel 1999 la sesta edizione del premio Lingotto.

Carlo Robiglio è stato Presidente dei Giovani Imprenditori dell'Associazione Industriali della Provincia di Novara. Attualmente ricopre la carica di Presidente regionale dei Gruppi Giovani Imprenditori di Confindustria Piemonte ed è membro del Consiglio di Confindustria Piemonte. Nel 1991 ha fondato la casa editrice Interlinea s.r.l., nel 1996 ha rilevato la "storica" tipografia San

Gaudenzio s.r.l. di Novara e nel 1998 ha rilevato la Strategica s.r.l., piccola azienda di telemarketing e call-center. E' amministratore unico della Ebano S.p.A. cui fanno capo le molteplici attività imprenditoriali avviate.

Alberto Sola è laureato in Ingegneria meccanica, è membro del Consiglio Direttivo dell'Amma e dell'Unione Industriali di Torino, nonché Presidente del gruppo motori elettrici presso l'Anie di Milano. E' Presidente e Amministratore Delegato dell'azienda di famiglia Sicme Motori S.p.A. di Torino. Ha svolto ruoli importanti di progettazione presso il Centro Ricerche Fiat, è stato amministratore delegato della Thor-fiap, facente capo al gruppo americano Stewart-Warner Corporation di Chicago. Ha fondato la società di consulenza Busano&Sola di Torino, società specializzata in ristrutturazione di aziende e in sistemi di controllo gestione. Dal 1992 al 1996 è stato chiamato a dirigere l'Unità Sanitaria facente capo a Ciriè Ciriè-Lanzo-Venaria).

Giuseppe Tardivo è Professore straordinario di Economia e direzione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università di Torino. E' inoltre Professore incaricato di Finanza aziendale e di Finanza aziendale internazionale presso l'Università di Torino. Tra gli altri incarichi, è Visiting Professor presso le Università di Los Angeles, di Lione e di Porto, Coordinatore del Dottorato di ricerca in economia aziendale dell'Università di Torino e Coordinatore scientifico, per l'Università di Torino, dei programmi di sviluppo e di cooperazione internazionale finanziati dalla Ue con numerose Università estere.

Luisella Traversi Guerra, imprenditrice e "creativa", da più di trent'anni collabora col marito alla conduzione del Gruppo Robur, azienda specializzata nella costruzione di sistemi di climatizzazione a gas. E' attivamente impegnata nella sperimentazione di nuovi metodi formativi sui temi della motivazione e sul coinvolgimento delle risorse umane. E' inoltre autrice di numerose pubblicazioni volte a stimolare la creatività imprenditoriale, ha pubblicato poesie, testimonianze di vita aziendale vissuta e ricerche che si collocano nell'intersezione tra arte, estetica ed impresa. E' pittrice e ha esposto le sue opere in varie "personali" e in occasione di manifestazioni internazionali.

BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE

- Baccarani C. – Golinelli G.M., "L'impresa inesistente: relazioni tra immagine e strategia", in *Sinergie* N. 29, settembre – dicembre 1992.
- Baccarani C., Qualità e governo dell'impresa, in *Sinergie*, Quaderno N. 7, 1991.
- Battini F., *Riflessioni su etica, economia e finanza*, Mucchi Editore, Modena, 2000.
- Bernstein D., *Company Image*, Franco Angeli, Milano, 1988.
- Bettettini G., Fumagalli A., "Verità e comunicazione di massa", in *Il nuovo aeopago*, 1997.
- Bettettini G., Fumagalli A., *Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione*, Franco Angeli, Milano, 1998.
- Bicciato F. (a cura di), *Finanza etica e impresa sociale. I valori come fattori competitivi*, Il Mulino, Bologna, 2000.
- Bresciani S., "The Marriage Between Ethics and Economic Aspects of Business: Image As an Empirical Verification of Business Culture", *Global Perspectives, 2002 Conference Proceedings of International Business Association (IBA)*, Vancouver, 22-25 maggio 2002.
- Brondoni S., Etica e comunicazioni interne d'azienda, in *Scritti in onore di Carlo Masini*.
- Codeluppi V., *Come cambia la pubblicità*, Carocci editore, Roma, 2001.
- Collese U., Contraffazione: un business mondiale, in *Micro & Macro Marketing* N. 2, agosto, 1998.
- Converso D., Miglietta A., Romano D., "Ecologismo e consumi", in *Micro & Macro Marketing* N.1, 1996.
- Di Toro P., *L'etica nella gestione di impresa*, Cedam, Padova, 1993.
- Ewen S., *Sotto l'immagine niente*, Franco Angeli, Milano, 1993.
- Fabris G., *La pubblicità, teorie e prassi*, Franco Angeli, Milano, 1992.
- Gervasio M., *Boicottaggio, arma di protesta*, Il Sole 24 Ore N. 149 del 3 giugno 2002.
- Golinelli G.M., "Impatto ambientale, responsabilità sociale, strategie d'impresa, implicazioni di carattere finanziario", in AA.VV., *Scritti in onore di Luigi Guatri*, Edizione Bocconi Comunicazione, Milano, 1998.
- Golinelli G.M., *L'approccio sistemico al governo dell'impresa. L'impresa sistema vitale*, Volume I, Cedam Editore, Padova, 2000.
- Guatri L., Vicari S., Fiocca R., *Marketing*, McGraw-Hill, Milano, 1999.
- Invernizzi E., I valori guida, un traghetto verso il futuro, in *L'Impresa. Rivista italiana di management* N. 3, Edizioni Il Sole 24 Ore, Milano, 1996.
- Invernizzi E., *La comunicazione organizzativa nel governo dell'impresa*, Giuffrè, Milano, 1996.
- Laville J.L., *L'economia solidale*, Bollati Boringhieri, Torino 1998
- Lorenzetti L., Marzano F., Quaglio A., *Economia Finanza: per un'etica degli affari*, Cittadella Editrice, Assisi, 2000.
- Mauri A., Conti C. (a cura di), *Finanza informale, finanza etica e finanza internazionale nelle piccole e medie imprese*, Giuffrè, Milano 2000
- Melis G., *Competitività e adeguamento strategico nelle imprese: la rilevanza di un'ideale rete normativo comportamentale*, Cedam Editore, Padova, 1999.
- Quadrio A., Venini L., *La comunicazione nei processi sociali organizzativi*, Franco Angeli, Milano, 1997.
- Rusconi G., *Etica e impresa. Un'analisi economico-aziendale*, Clueb Editore, 1997.
- Sciarelli S., "Il governo dell'impresa in una società complessa: la ricerca di un equilibrio tra economia ed etica", in *Sinergie* N. 45, 1998.
- Sciarelli S., *Economia e direzione dell'impresa*, Cedam, Padova, 1997.
- Sciarelli S., Etica aziendale e finalità imprenditoriali, in *Economia & Management* N. 6, 1996.
- Sen A.K., *Etica e mercato globale*, Reser, Milano 1999.
- Spampanato A., *L'economia senza etica è diseconomia. L'etica dell'economia nel pensiero di Don Luigi Sturzo*, Il Sole 24 Ore Libri, Milano 1996
- Tardivo G., *I sistemi Enterprise resource planning (Erp) nel processo di generazione del valore. Strumenti avanzati per la gestione dell'innovazione imprenditoriale e per le decisioni di impresa*, Giappichelli, Torino, 2002.

Usai G., *Le imprese e le relazioni ambientali. Il sistema dei rapporti impresa-ambiente nei processi storici in corso*, Isdaf, Pavia, 1985.

Valdani E., *L'impresa pro-attiva: co-evolvere nell'era dell'immaginazione*, McGraw-Hill, 2000.

Varaldo R., *La competizione globale: sfide e opportunità*, Relazione presentata al XIX Congresso Nazionale di Merceologia su *La sfida per il Terzo Millennio: tecnologia, innovazione, qualità e ambiente*, Sassari, 2000.

www.soldionline.it, *L'etica nella finanza: da Aristotele a Sen*, da www.soldionline.it, 24 maggio 2002.