

A13

Davide Maggi

L'impresa responsabile

Etica e responsabilità nel governo dell'impresa



Copyright © MMXII
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Raffaele Garofalo, 133/A-B
00173 Roma
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-5360-7

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: novembre 2012

L'economia è scienza che si dedica al bene umano. Certo che esso è desiderabile anche quando riguarda una sola persona; ma è più bello e più divino se riguarda un popolo e le città.

Aristotele, *Politica*

Indice

- 9 *Prefazione*
- 15 *Introduzione*
- 19 **Capitolo I**
Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
- 1.1. Etica, 19 – 1.2. Etica d'Impresa, 21– 1.3. La Riscoperta Etica: Fattori Esterni e Interni all'Organizzazione, 26 – 1.4. La Responsabilità Sociale d'Impresa 31 – 1.5. La Responsabilità Sociale d'Impresa: Volontà o Obbligo?, 35 – 1.6. Responsabilità Economica e Responsabilità Sociale d'Impresa: Complementari o Alternative?, 39 – 1.7. I Principi della Responsabilità Sociale d'Impresa, 44 – 1.8. Effetti e Finalità della Responsabilità Sociale d'Impresa, 47
- 59 **Capitolo II**
La condotta Etica dell'Impresa: Il Codice Etico
- 2.1. Strategia e Comunicazione, 59 – 2.2. Il Codice Etico quale Carta Costituzionale dell'Impresa, 61

87 **Capitolo III**
*Comunicare la Responsabilità Sociale d'Impresa:
Il Bilancio Sociale e il Bilancio Ambientale*

3.1. Il Bilancio Sociale, 87 – 3.2. Il Bilancio Ambientale, Rappresentazione della Relazioni Impresa-Ambiente 126 – 3.3. La Certificazione Etica, 130 – 3.4. Il Rischio: la Conformità alla Norma e agli Standard, 136

139 **Capitolo IV**
*Determinanti della Responsabilità Sociale d'Impresa
e Impatto sulle Performance Aziendali*
(Chiara Morelli)

3.1. La Responsabilità Sociale d'Impresa e le Performance Aziendali, 139 – 3.2. Le Determinanti della Responsabilità Sociale d'Impresa, 148 – 3.3. La Responsabilità Sociale d'Impresa: Cause ed Effetti, 156

159 *Conclusioni*

163 *Bibliografia*

Prefazione

Nel presentare il libro di Davide Maggi mi viene da ripensare a quanto mi disse il prof. Carlo Masini, Direttore dell'Istituto di Economia Aziendale, pochi mesi dopo avermi chiesto di diventare giovane assistente-ricercatore: «Vedi, Borgonovi, a scrivere di cose serie si rischia di non essere compresi, come è accaduto a me quando alla fine degli anni Cinquanta scrissi il libro sull'organizzazione del lavoro in azienda e fui accusato dai vertici di Confindustria di essere un "comunista" ». Accusa allora molto più pesante, e per certi aspetti infamante, di quanto non lo sia stata negli anni recenti, specialmente per una persona di profonda fede e guidata da una visione della società che si può definire politicamente moderata e, dal punto di vista politico-sociale, riformista. Mettere la persona al centro delle scelte economiche era allora considerato quasi un "atto rivoluzionario", nonostante la costituzione italiana definisca che «l'Italia è una repubblica fondata sul lavoro». Come è noto a chi studia la genesi della Costituzione, questa definizione rappresentò un difficile e delicato punto di convergenza tra diverse culture e visioni antropologiche, in quanto la dizione "fondata sul lavoro" fu un compromesso tra la cultura cattolica, fortemente caratterizzata da un "umanesimo personalistico", e la cultura marxista

(allora portata dagli esponenti della sinistra), fondata sulla contrapposizione capitale-lavoro (quest'ultimo espresso dall'anonimato delle "masse popolari" o delle "masse lavoratrici").

Si può dire che, nonostante dagli anni Cinquanta siano stati compiuti molti passi avanti nel campo del riconoscimento dei diritti umani e sociali, l'evoluzione sia avvenuta soprattutto nel campo delle dichiarazioni e molto meno nel campo delle concrete applicazioni. Infatti, le teorie economiche e manageriali, soprattutto quelle che si sono consolidate e sono diventate dominanti nel periodo della "globalizzazione" e della "iper competizione", hanno riconosciuto il ruolo centrale delle persone solo con riferimento alle figure degli imprenditori, dei manager, dei talenti. Nel modello di impresa familiare, essa è quasi sempre ricondotta e identificata con il suo fondatore. Nell'impresa del modello manageriale della "public company", il successo viene ricondotto alle qualità professionali dei manager che vengono remunerati in misura sempre più elevata, e con un gap che si accentua enormemente rispetto alle altre persone, sulla base dei risultati conseguiti. Nel modello renano di "economia sociale di mercato" permane una maggiore attenzione al ruolo delle persone che lavorano nell'impresa, soprattutto attraverso il sistema di governance, ossia di presenza dei rappresentanti dei lavoratori nei consigli di sorveglianza. In tutti i modelli è stato comunque prevalente il principio secondo cui il fine dell'impresa è quello di produrre ricchezza economica, di massimizzare/ottimizzare/rendere soddisfacente il livello di profitto, inteso come remunerazione della proprietà e/o degli azionisti. Secondo un'espressione di M. Friedman, sovente citata per la sua semplicità ed il suo valore evocativo «The business of business is business», a sua volta il comportamento delle imprese sarebbe dettato dalle "ferree leggi del

mercato e della competizione” che costituiscono l’unico (o comunque il prevalente) incentivo-vincolo che stimola il continuo incremento della produttività e l’innovazione.

Una visione quest’ultima molto diversa, per non dire diametralmente opposta, a quella assunta come fondamento dalla dottrina economico-aziendale italiana e resa attuale a partire dalla metà degli anni Ottanta a seguito del contributo di R. E. Freeman (“Strategic Management: A Stakeholder Approach”, 1984), che ha dato visibilità mondiale alla teoria degli stakeholder e al successivo approccio della Corporate Social Responsibility (CSR). Si può dire che da allora si sono confrontate due grandi linee di pensiero economico e manageriale, la prima che considera l’impresa essenzialmente come “trasformatore razionale di ricchezza economica”, la seconda che considera invece l’impresa come istituto economico-sociale, ossia come sistema di relazioni tra persone che svolgono anche, e non solamente, una attività economica. Dopo il contributo di R. E. Freeman sono aumentati libri e paper anche sui top journal internazionali sul tema della business ethics e della responsabilità sociale. Esiste una Business Ethics Academy e nell’ambito dell’Academy of Management, il principale network di studi manageriali del mondo, esiste una divisione sulla business ethics. Tuttavia, nessuno può negare che le decisioni di politica economica, da un lato, e la cultura di management abbiano privilegiato enormemente la prima linea di pensiero, se è vero (come è vero) che vi è stato un enorme sviluppo dell’economia finanziaria (o addirittura virtuale) che persegue elevati profitti di breve periodo, che negli ultimi venti anni il divario delle remunerazioni tra il vertice aziendale e la remunerazione media dei dipendenti è passato da un rapporto di circa 1:40 a un rapporto di circa 1:400, con punte addirittura vicine ad 1:1000. Ha sicuramente prevalso la prima linea di pensiero

in tutte quelle imprese, e sono state sicuramente la maggior parte, che non si sono preoccupate dei danni all'ambiente o che hanno eluso normative in questo campo o nel campo della tutela (anche dell'incolumità fisica) dei lavoratori e della salute delle comunità circostanti, poiché guidate da obiettivi di massimizzazione/ottimizzazione del profitto.

Non sono certo bastati i numerosi articoli su etica ed economia, business ethics, responsabilità sociale, né le numerose cattedre (soprattutto negli USA) su questi temi e i corsi che da almeno due decenni hanno iniziato a svilupparsi anche nelle migliori università e scuole di management europee, asiatiche e di tutti i continenti ad evitare una "crescita economica" che appare sempre più "non sostenibile" sotto diversi punti di vista. La crisi scoppiata nel 2007-08, qualificata come finanziaria prima, economica dopo e, infine, dei debiti sovrani, non è solo la peggiore crisi dell'ultimo secolo (per molti addirittura più grave di quella scoppiata nel 1929, anche se una serie di strumenti hanno consentito per ora di renderla forse meno grave sul piano sociale) ma è una profonda crisi di cultura, civiltà e valori. In questa prospettiva va letto il libro di Davide Maggi che, non casualmente, parte dal tema dell'etica e della persona. Non vi è un inizio che potremmo considerare "classico", ossia dal richiamo delle diverse definizioni di azienda, ma si parte proprio dai fondamenti del comportamento umano. Davide Maggi sembra voler dire (anzi, mi sembra di cogliere un messaggio forte), se l'economia è la scienza (o disciplina) delle "profezie che si auto avverano" e il management è la scienza (o disciplina) che consente a chi è determinato nel raggiungere gli obiettivi di conseguirli, che le persone possono governare ed operare nelle aziende mantenendo o perseguendo i valori in cui esse credono profondamente. Chi ha valori pro-

fondi ed è disposto a mettere in gioco la propria persona per affermarli, utilizza i propri talenti per avviare imprese, promuoverne lo sviluppo e renderle competitive, non solo per perseguire interessi individualistici ed egoistici, ma anche perché ritiene che la persona debba avere una “condotta etica” nei rapporti con gli altri.

Davide Maggi declina questa sua “premessa di valore” di carattere generale nelle sue diverse componenti, i fattori interni ed esterni che hanno portato alla riscoperta dell’etica, le difficoltà nell’integrare la dimensione individuale e aziendale dell’etica, l’inadeguatezza del governo di mercato da parte di manager “amorali”.

Nel secondo e nel terzo capitolo affronta un tema cruciale per l’attuale società, nella quale non basta sviluppare idee, gestire imprese, fare ricerca, “fare tante cose”, ma occorre essere visibili. Comunicare nel modo corretto la CSR, i suoi presupposti, gli strumenti da cui essa può essere sostenuta, le strategie che ne derivano e i vantaggi che le imprese ne possono trarre, diventa essenziale non solo per sensibilizzare un numero sempre più alto di imprenditori e di manager di vario livello, ma anche per cercare di uscire dal vicolo cieco di una crisi che non potrà mai essere superata se si continuerà ad affrontarla con le logiche e gli strumenti che l’hanno provocata. Comunicare una strategia aziendale nella quale obiettivi di carattere economico e di carattere sociale per la comunità dei portatori di interesse sono profondamente integrati, adottare un Codice Etico quale Carta Costituzionale di Impresa, informare in modo completo sui risultati economici e sui risultati per l’intera comunità, porre l’attenzione sull’ambiente fisico con il Bilancio Ambientale, sottoporli alla valutazione di soggetti esterni indipendenti con la certificazione etica, sono trattati da Davide Maggi non tanto e non solo nella loro dimensione strumentale, ma nella loro dimensione fi-

nalistica. Sono strumenti che servono ad affermare in modo deciso ed univoco una scelta forte di chi ha le responsabilità di massimo livello nell'impresa, siano essi gli azionisti, i manager di vario livello o l'imprenditore individuale.

Peraltro Davide Maggi, da conoscitore dell'economia aziendale e da efficace ed apprezzato docente, è conscio del fatto che teorie, approcci, strategie, strumenti devono confrontarsi con la realtà. Di conseguenza, anche le teorie sull'etica e la responsabilità sociale non possono essere presentate come un dogma di uno studioso, di un ricercatore, di un docente, di un imprenditore, di un opinionista, ma devono sottoporsi alla validazione dei risultati. Perciò il capitolo quarto (con un contributo di Chiara Morelli) conclude il percorso logico del libro, iniziato con il richiamo del "valore alto" dell'etica, la trattazione del tema della performance aziendale analizzata nella dimensione economico-finanziaria, organizzativa e delle molteplici dimensioni proprio della responsabilità sociale. Un lavoro, quindi, che è frutto di una meditazione di lunghi anni e della verifica con gli studenti, i partecipanti a corsi di formazione manageriale e con numerosissimi imprenditori e manager con cui Davide Maggi è stato in costante contatto.

Milano, 23 Ottobre 2012

Elio Borgonovi