

Tavola rotonda
“L’etica nella responsabilità sociale d’impresa”
Teoria, esperienze ed una proposta:
il Comitato Nazionale per l’Etica Economica e Finanziaria

Daniele Carelli

Il 23 aprile 2004 si è tenuta la tavola rotonda del nostro Master “Management e responsabilità sociale d’impresa”. Per l’occasione i nostri vicini (nonché finanziatori del Master) della Coldiretti ci hanno invitato nella loro splendida sala Congressi di Palazzo Rospigliosi. Non sono tanto sicuro sui requisiti che debba avere una tavola rotonda per definirsi tale (la “nostra” non vi si avvicinava neanche da un punto di vista geometrico), ma credo di aver individuato due indicatori piuttosto rilevanti del successo di un incontro di questo tipo: il pubblico rimasto per gli ultimi oratori e la velocità di abbandono della sala alla fine dell’evento.

Il nostro ultimo oratore, l’associate partner di KPMG Antonio Candotti, ha avuto tutto il tempo non solo di concludere il suo interessante intervento davanti ad un pubblico pari a circa il 70% del totale, ma anche di rispondere ad una serie di domande degli studenti. E i pazienti uscieri della Coldiretti alle nove meno un quarto di quel venerdì sera, hanno a stento sospinto fuori dalla sala i capannelli di persone che si formavano intorno ai nostri oratori. Tutto questo interesse ci gratifica enormemente degli sforzi e non può che farci ben sperare per il futuro del corso.

Tutto era cominciato circa un mese prima dalla proposta del nostro Professor Marzano: promuovere l’istituzione di un organo di consulenza etica nell’ambito dell’economia e della finanza, sulla traccia del Comitato di Bioetica che così alacramente sta lavorando in questi anni. Un supporto a tal progetto è venuto dall’adesione del Professor Francesco D’Agostino, attuale presidente del Comitato di Bioetica. Il punto di partenza dell’incontro sarebbe dunque stato un parallelo tra le questioni di etica nella scienze biomediche e quelle, così attuali, dell’economia e della finanza.

Servivano poi pareri provenienti da punti di vista differenti sia riguardo la proposta, sia riguardo lo stato attuale della responsabilità sociale delle imprese. Sono stati coinvolti nell’iniziativa la Confindustria, la suddetta Coldiretti, l’ordine dei dottori commercialisti di Roma e due aziende che hanno fatto della responsabilità sociale d’impresa un loro punto di forza, la compagnia assicurativa Unipol e la società di consulenza e revisione KPMG.

Ma andiamo per ordine; all’apertura della tavola, alle cinque e trenta in punto, Padre Compagnoni faceva una breve presentazione (ringraziando particolarmente il Segretario della Coldiretti, Franco Pasquali, al suo fianco per tutto il convegno) e passava subito la mano al Professor D’Agostino, per descrivere lo stato dell’arte del Comitato Nazionale di Bioetica.

Dopo un breve excursus storico (i comitati nazionali etici nascono circa 25 anni fa nella Francia di Mitterand), il professore ha raccontato il perché di tale nascita e soprattutto l’ambito in cui vengono istituiti. In un certo periodo storico ci si è resi conto di un vuoto tra le dimensioni tecniche e politiche della biomedicina che portano a compiere delle scelte con ripercussioni sociali. Laddove infatti politici e tecnici si trovano su posizioni contrapposte o difficilmente avvicinabili, su decisioni che comportano pericoli o rischi, l’etica interviene per valutare se accettare un rischio per un bene generalizzabile. Non produce, precisa il professore, testi che hanno autorità, ma pareri che hanno autorevolezza e come tali possono indurre il legislatore a scrivere una legge o supportare un giudice nel dirimere una controversia. Tale autorevolezza è data da una serie di requisiti essenziali: l’indipendenza e l’imparzialità dei membri del comitato e la diversità delle loro

posizioni e del grado di conoscenza "tecnica" delle varie questioni.

Non sempre, all'interno dei comitati, si raggiungono opinioni condivise (le ultime scottanti questioni sono quelle del testamento biologico e dell'eutanasia passiva) ma l'affrontare con il dibattito le diverse problematiche ha di per sé un importante ruolo sociale.

Il Rettore a questo punto chiamava il Professor Marzano a presentare la sua proposta alla luce della descrizione del ruolo del comitato di Bioetica. Il professore iniziava sulla falsariga del precedente oratore: anche il sistema economico con le sue problematiche deve affrontare le tre dimensioni tecniche, politiche e etiche, e in più ha la sua specifica dimensione economica. La disciplina economica, secondo il professore, non trova soluzioni complete, non ha ricette perfette o comunque completamente endogene al sistema economico. Questo è un sistema aperto che necessita dei postulati, delle variabili esogene. L'etica viene in soccorso dell'economia proprio nella definizione di queste variabili esterne.

L'altro motivo per cui l'etica deve intervenire nelle decisioni economiche, è la consapevolezza che alcuni elementi come la salute, l'istruzione, in generale lo sviluppo umano, sono ormai considerati da molti, elementi imprescindibili per lo sviluppo economico.

La questione che ci si pone è a questo punto è di quale tipo di etica si debba parlare. Ogni gruppo sociale o professionale, ogni corporazione ha una sua visione, un suo codice deontologico. Un comitato nazionale potrebbe essere una camera di compensazione tra i vari interessi, un luogo in cui si possano fissare dei paletti morali, laddove non vi siano obblighi legali. Perché ciò che si fa in nome dei principi economici può colpire e danneggiare molti uomini nel mondo, come spesso le speculazioni sulle monete nazionali e sempre i paradisi fiscali.

Il presidente dell'Ordine dei Dottori Commercialisti di Roma, Arnaldo Acquarelli, ha dato una breve panoramica delle iniziative dell'ordine sul tema dell'etica. In particolare ha parlato dei progetti di formazione per i commercialisti per assistere le imprese nella redazione del Bilancio etico o sociale. Ma ha voluto puntualizzare alcune cose: l'economia è la base dello sviluppo umano ma, e non solo nella visione più liberista, gli obiettivi solidaristici sono lontani da quelli aziendali. Certo è che l'evoluzione del sistema economico ha portato le aziende a doversi ricredere su alcuni comportamenti antisociali, che danneggiano la reputazione aziendale; né si può prescindere dalla sostenibilità del business e dal dialogo con gli stakeholders, importante tassello per la continuità aziendale.

In questo si inserisce il ruolo che potranno avere i commercialisti, che in quanto "consulenti" delle aziende possono indirizzare le imprese e le persone verso comportamenti più responsabili, che possono portare ad uno sviluppo anche economico. Ma l'etica deve essere sostenibile economicamente per l'impresa, cioè deve essere considerata all'interno della strategia aziendale.

Claudio Gentili, Direttore di Scuola e Formazione della Confindustria, a questo punto è stato chiamato in causa per parlare del rapporto dell'imprenditoria italiana

con la Corporate Social Responsibility, con particolare riguardo alla formazione. Negli ultimi anni si dà una grande attenzione al fenomeno nei corsi manageriali per tante ragioni; c'è un motivo culturale, data la visione anti-industriale diffusa nel Paese, che tende a demonizzare l'impresa, quando anche Adam Smith, filosofo morale, evidenziava le differenze tra affarista e imprenditore; c'è una situazione di fatto: l'economia nasce in un sistema di leggi e di rapporti; e perché l'imprenditore anche nel passato pensava alla collettività: fin dalla nascita della partita doppia veniva addebitato l'8% a MD (Messer Dominadio) ovvero alla beneficenza.

L'impresa, e questo è il concetto principale espresso dalla "voce" di Confindustria, ha di per sé un ruolo sociale attivo importante, perché laddove

*La disciplina
economica
non trova soluzioni
complete, non ha
ricette perfette
o comunque
completamente
endogene al sistema
economico*

c'è sviluppo economico, c'è minor analfabetismo e minore criminalità. Però la nostra impresa, che operando nella nostra società ha dei freni etici importanti, si trova a spesso a competere con economie in cui questi vincoli non ci sono. Ha raccontato dell'idea, sorta in un precedente convegno, di finanziare i sindacati cinesi per migliorare la situazione dell'economia e dei lavoratori qua in Europa.

Ma a parte questa stravagante idea, come si impegna, sul versante CSR, la Confindustria? Ha una sua Carta dei valori, un codice etico e da quest'anno un bilancio sociale. L'impegno è di accrescere la formazione (siamo fanalini di coda in questo in Europa) e di impegnarsi per la sostenibilità dello sviluppo economico, ovvero per un consumo diverso e più efficiente delle risorse naturali. Ma chiede che la Csr non diventi una regolamentazione burocratica (lacci e laccioli..) e venga lasciata alla fantasia dell'imprenditore. Lo Stato dovrebbe favorire lo scambio delle buone pratiche, dare incentivi fiscali e eliminare l'IVA sulle donazioni.

A questo punto era il momento del padrone di casa, il Segretario Generale della Coldiretti, Franco Pasquali. Devo ammettere che dopo tanti interventi interessanti, mi aspettavo un discorso senza troppo contenuto, d'altronde, pensavo, che legame ci può essere tra coltivatori e responsabilità sociale? Sono stato smentito: la Coldiretti è sicuramente l'organizzazione delle presenti all'incontro che più attivamente ha sviluppato un atteggiamento positivo. Negli ultimi anni infatti, si è trovata a fronteggiare delle problematiche molto grandi (diossine, mucca pazza, patologie animali) che hanno diffuso il panico nella popolazione. Si è deciso allora di attuare una profonda innovazione che ha effettivamente rivoluzionato il settore agricolo: non si tratta più di semplice produzione del bene agricolo, ma di gestione e valorizzazione del territorio e dell'ambiente.

Si è passati da un approccio chiuso e corporativista, all'apertura verso gli altri settori e alla ricerca di alleati: il primo è diventato il consumatore, il cui associazionismo era (ed è) ancora allo stato pionieristico e si è sentito il bisogno di aiutarlo nel processo di crescita alla luce di obiettivi comuni come la sicurezza alimentare.

Una delle proposte più importanti, ora discussa in sede legale è quella delle etichettature trasparenti; non tutti sono d'accordo, soprattutto l'industria, ma l'obiettivo è quello di valorizzare il territorio. Ed è su questo campo (il territorio come patrimonio) che tra l'altro si vuole giungere a delle conclusioni condivise al Wto, sulla grave questione del sovvenzionamento all'agricoltura nelle economie ricche.

Le parole d'ordine sono concertazione e responsabilizzazione della rappresentanza delle imprese e delle parti sociali, per trovare ampi spazi di condivisione e alimentare il circolo virtuoso.

La Coldiretti ha una Carta Statutaria che pone come principi lo sviluppo sostenibile, la trasparenza, il benessere dei lavoratori e anche degli animali; tale documento contiene un codice di comportamento e una carta etica per gli associati che prevede espulsioni per i soci che si comportano fuori regolamento (per esempio per l'uso di estrogeni); a dirsi è una cosa che sembra normale ma nel passato la sola filosofia era quella di avere il maggior numero di soci possibile, per accrescere il potere contrattuale.

La questione degli OGM è delicatissima, ma si è voluto prendere una decisione radicale e forte; per ora lo sviluppo di organismi geneticamente modificati non è considerato sicuro (si continuerà a studiare la faccenda) ed è comunque contrario al modello di sviluppo della valorizzazione del territorio. Per cui si è arrivati a dire no agli OGM; ma questo è stato fatto attivamente, anche abbattendo produzioni.

Nel 2006 verrà redatto un bilancio sociale, mentre già oggi i bilanci della Coldiretti sono certificati esternamente: non c'è nessun obbligo in proposito ma come attore sociale sente il bisogno di mostrare a collettività e associati entrate e uscite. Una trasparenza che vorremmo vedere in tutte le associazioni di categoria. E un atteggiamento di responsabilità veramente apprezzabile.

E' stato a questo punto il turno delle aziende. Franco Malagrino responsabile del Bilancio Sociale di UNIPOL, ha presentato alcuni lucidi sulla sua azienda che da undici anni pubblica il Bilancio Sociale. Il motivo di tale "precocità", è dovuto alla natura dell'azienda, di cultura cooperativa. Il ruolo di tale documento si è evoluto

negli anni da semplice strumento di comunicazione a esplicitazione del dialogo con (e tra) gli stakeholders. Proprio il discorso sugli stakeholders è stato il punto centrale della presentazione, con panel organizzati in gruppi, ognuno dedicato ad argomenti clou del rapporto per elaborare progetti.

Il dottor Malagrìo parla del bilancio sociale come risultato di molte variabili (soprattutto umane) e come rielaborazioni dei modelli; è molto critico sul fatto che vengano spesso applicati sistemi di valutazione con taluni indicatori poco irrilevanti (tipo i consumi energetici per banche e assicurazioni), mentre altri importanti parametri non vengono richiesti (sulla corporate governance ad esempio).

Antonio Candotti, Associate Partner di KPMG, fa parte del network Sean. La sua presentazione si è occupata dell'approccio utilizzato da Sean nei confronti delle aziende che richiedono una consulenza "per responsabilizzarsi socialmente". Il sistema si chiama PROGRESS ed è un approccio integrato volto allo sviluppo

sostenibile. Sean richiede come prerequisito, l'adozione da parte delle aziende di una carta dei valori i cui cardini sono la centralità della persona e la valorizzazione delle risorse umane, il rispetto e la tutela dell'ambiente, la correttezza e la trasparenza dei sistemi di gestione nei riguardi delle componenti interne ed esterne all'impresa, l'impegno costante nella ricerca e nello sviluppo senza tuttavia dimenticare l'efficienza, l'efficacia e l'economicità dei sistemi gestionali per accrescere costantemente i livelli di redditività e di competitività dell'impresa. Perché la gestione strategica di un'azienda che tenga conto proattivamente di questi valori, porta a dei vantaggi economici rilevanti per l'azienda stessa quali ad esempio la riduzione e gestione dei rischi e di alcuni costi, una migliore immagine sul mercato e una buona reputazione verso gli stakeholders (pensiamo a quelli pubblici), maggiori opportunità di mercato.

Essere responsabili conviene, alla collettività come all'impresa: riusciremo a farlo capire a imprenditori, managers e amministratori pubblici?