

Flaviano Moscarini

Negli anni più recenti, la delocalizzazione dei processi produttivi, l'evoluzione delle tecnologie di telecomunicazione, la *deregulation* dei mercati finanziari, la proliferazione di istituzioni finanziarie orientate principalmente alla speculazione finanziaria, l'introduzione di incentivi economici per il *management* legati a *performance* di breve periodo, sono alcuni dei fenomeni che hanno contribuito a spostare l'attenzione del *management* aziendale dalla realtà economica e organizzativa della "fabbrica" ai "fumi" del mercato borsistico e a creare una dimensione non controllabile del guadagno speculativo individuale a cui solo recentemente e, in virtù di una profonda crisi del capitalismo contemporaneo, sono state rivolte severe critiche. Questi fenomeni originatisi nella sfera economica hanno preso il sopravvento sui riferimenti tradizionali indicati dalla filosofia perenne e generato mancanza di fiducia, incertezza e minor tranquillità nelle relazioni lavorative e in quelle personali ed intime¹. Allo stesso tempo è aumentata la sensibilità delle persone verso determinate questioni morali, sociali e ambientali. Si percepisce da parte dell'opinione pubblica una maggiore intensità di sentimenti verso un più coerente radicamento etico della vita economica che, non di rado, si traduce nella richiesta, ai gruppi dirigenti, di maggiore equità nella redistribuzione della ricchezza creata dalle imprese, di salvaguardia dell'ambiente naturale, di trasparenza informativa, di partecipazione alle decisioni e di condivisione delle scelte più importanti. Da più parti si chiede di ripensare e poi ridefinire gli obiettivi e il ruolo sociale dell'impresa, in altre parole la sua natura. La teoria economica tradizionale dell'impresa – in particolare quella neoclassica forgiata sull'etica utilitaristica – nonostante abbia contribuito a spiegare alcuni importanti fenomeni legati all'evoluzione dell'impresa moderna (costi di transazione, problemi di agenzia, crescita dimensionale), non è riuscita a creare un'armonia tra interesse finanziario degli azionisti e altruismo². Questo modello, quando calato nella realtà organizzativa e nella vita delle persone, sembra non rispondere alle aspettative della società civile, sempre più scettica nei confronti del dogma della massimizzazione del

valore per gli azionisti e del suo braccio "armato", la finanza quantitativa.

I recenti studi sul management tendono a rappresentare l'impresa come una rete di soggetti (stakeholder) con interessi molteplici, interdipendenti e contrastanti. All'impresa concettualmente edificata sul principio della massimizzazione del profitto, si sostituisce un'idea di impresa basata sul management delle relazioni con gruppi di persone e di entità che formano lo stakeholder environment. Nel modello d'impresa che viene definito stakeholder, la comunicazione, la trasparenza informativa, il dialogo, il coinvolgimento, la co-progettazione con gli stakeholder diventano fattori di successo che devono essere integranti nella strategia, nella struttura e nella cultura aziendali. La ragione profonda di questo adeguamento al modello stakeholder risiede, non di rado, in considerazioni di natura strategica e non invece nell'esigenza, rimarcata da alcuni autori, di attribuire un ruolo moralmente più rilevante e socialmente più incisivo all'impresa. Il contributo del modello stakeholder, osserva criticamente Lutz, consiste nell'incremento del numero di parti individuali secondo la tradizione della contrattualistica sociale ma non risolve la tensione tra l'immediato interesse dell'individuo e l'interesse comunitario in quanto l'etica è considerata esterna a ciascuna persona e finalizzata a ridurre i conflitti tra interessi individuali: «quando la teoria del contratto sociale viene applicata alla moderna entità aziendale, troviamo una serie di individui senza un bene comune»³.

Pertanto, il dibattito sulla natura dell'impresa rimane ancora molto aperto e meritevole di ulteriori riflessioni etiche. Il volume *Fondare la responsabilità sociale d'impresa*, curato da Helen Alford e Francesco Compagnoni, contiene importanti contributi che offrono vari spunti di riflessione sulla questione delle radici etiche della responsabilità sociale d'impresa (RSI). Come è stato indicato in alcuni dei contributi presenti nel citato volume, la dottrina economica e quella manageriale è da molti anni che affrontano le diverse problematiche connesse al tema della

RSI. Sebbene i primi scritti risalgano agli inizi del Novecento, gli studi sulla RSI hanno avuto un primo importante sviluppo a partire dagli anni Cinquanta (simbolicamente può citarsi lo scritto di H.R. Bowen del 1953) e sono proliferati verso gli anni Settanta. In passato ci sono stati numerosi tentativi di dare un contenuto specifico ad una materia che, per sua natura, è difficilmente confinabile e multi-disciplinare. Una delle questioni più discusse riguarda la definizione stessa di RSI. Il concetto di "responsabilità sociale d'impresa" è stato oggetto di molteplici interpretazioni e non sempre ha assunto il medesimo significato per tutti. Una situazione che viene paragonata da Shcherbinina e Sena ad una mappa mancante di un semplice ma fermo sistema di coordinate che permetta di arricchire la comprensione del concetto stesso di RSI⁴. Questo sistema di coordinate viene individuato, concordemente con l'opinione espressa dagli altri autori del volume, nei principi da cui si sviluppa il Pensiero Sociale Cristiano (PSC): bene comune e persona umana. Porre questi principi a fondamento della responsabilità sociale d'impresa, precisa Compagnoni, ha un valore di idealità non trascurabile per la vita delle imprese stesse⁵. Questi principi definiscono i contenuti di un tipo di etica su cui fondare la RSI. L'etica, osserva Lopez De La Osa, è in grado di svolgere un ruolo fondamentale nella vita economica giustificando i diritti esistenti e, in una prospettiva futura, plasmando una realtà che ci permetta un presente più promettente⁶.

Se i vari attori dell'impresa non avessero un'etica da seguire, scrive Compagnoni, non potremmo fidarci di loro o sarebbero assimilabili a pericolosi asociali, il cui comportamento non sarebbe né prevedibile né integrabile nella società, mentre la presenza, più o meno seguita, di norme etiche aumenta la prevedibilità del comportamento altrui e quindi facilita la vita sociale. «Nessuna attività sociale – sottolinea Compagnoni – può in realtà svilupparsi senza etica, poiché etica significa genericamente comportamento responsabile, verso diverse istanze, secondo criteri prefissati»⁷. Più in generale, il PSC può offrire un contributo decisivo riguardo alla definizione ed al rafforzamento dei fondamenti etici della RSI e rappresentare un'innovazione per la disciplina e la pratica del management. Sfruttando un'antropologia personalista è possibile, almeno a livello teorico, superare i limiti del modello stakeholder e offrire al manager una regola semplice da applicare nel

processo decisionale⁸. Questa regola, osserva Alford, potrebbe consistere in "puntare a sviluppare il bene comune di tutti gli stakeholder nel massimo grado possibile". Stabilita la regola, la decisione di cosa fare a livello operativo richiede la virtù cardinale della prudenza che può essere coltivata solo con la pratica (il concetto stesso di "responsabilità", ricordano Gomes e Gaglianone, richiama ad una pluralità di dimensioni che riguardano il dovere, la fermezza e la capacità di giudizio o prudenza). È il bene comune, precisa Alford, che fornisce l'humus entro cui il bene personale può essere sviluppato e alimentando il dialogo tra gli stakeholder dell'azienda anche in un contesto competitivo⁹. Avendo cura e rispetto delle relazioni con gli stakeholder, facendo coesistere cooperazione e competizione, l'impresa crea ricchezza consentendo la fruizione dei beni fondamentali da parte della comunità, e assolve contemporaneamente alla sua funzione primaria che è quella di promuovere lo sviluppo integrale della persona.

È a questo punto che l'obiettivo della massimizzazione del valore per gli shareholder finisce di essere l'unico imperativo per la direzione aziendale, e diviene solo un fattore che misura l'efficienza dei processi aziendali ed indicatore, nel lungo periodo, della capacità del management di promuovere il bene comune. Tradurre la visione aristotelico-tomista del bene comune in buone pratiche aziendali è un compito arduo, soprattutto perché il comportamento delle imprese, in concreto, è orientato da finalità particolari esplicitate nella loro mission. È il soggetto economico (inteso come quell'insieme di persone, amministratori/imprenditore, che detengono il supremo potere volitivo nell'ambito dell'organizzazione) che assegna all'impresa queste finalità. Ed è a partire dalla considerazione del potere/responsabilità che ricade su questo gruppo di persone che deve concentrarsi il tentativo di radicare la RSI sul principio del bene comune che, in ultima istanza, preconizza il perseguimento dello sviluppo integrale della persona, fine ultimo dell'agire umano. Il contributo di Sena, inoltre, delinea una via operativa per legare il concetto di bene comune alla RSI¹⁰. Una proposta che, se propriamente sviluppata e accolta dagli operatori, permetterebbe di valutare, mediante l'utilizzo di un set specifico di indicatori, il livello di bene comune prodotto dall'impresa. Questo approccio metodologico avrebbe il pregio di mettere in risalto

la dimensione personalista della RSI. Ciò premesso, è incoraggiante rilevare che le attuali politiche di RSI abbiano causato un impatto positivo identificato, da Becchetti, Di Giacomo e Pinnacchio, in un presumibile “trasferimento di ricchezza” a vantaggio degli stakeholder coerentemente con l’ipotesi che la RSI tenda a riorientare il focus dell’attività d’impresa dalla massimizzazione degli interessi degli azionisti a quella degli interessi degli stakeholder¹¹.

Rimane comunque aperto il discorso sull’evoluzione futura della RSI. Attualmente, la RSI si inserisce nel reale contesto aziendale come

un insieme di nuovi processi che vanno a migliorare o, talvolta, ad arricchire semanticamente, quelli già esistenti. Questo atteggiamento rischia di provocare l’appiattimento della RSI ad una pratica manageriale volta, in ultima istanza, a massimizzare il valore economico dell’impresa. Ed è per questa ragione che è opportuno distanziare la RSI da quei valori instillati dalla filosofia moderna che hanno plasmato il capitalismo occidentale degli ultimi decenni e promuovere un’etica della RSI prima che si frantumi contro il muro dell’egoismo antropocentrico.

NOTE:

¹ J.R. Lopez De La Osa, *Interesse comune e responsabilità sociale d’impresa*, in H. Alford, F. Compagnoni (a cura di), *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, Città Nuova Editrice, Roma, 2008, p. 281.

² D.W. Lutz, *Fondamenti filosofici contrapposti della responsabilità sociale d’impresa*, in H. Alford, F. Compagnoni (a cura di), *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, cit., p. 60.

³ D.W. Lutz, *Fondamenti filosofici contrapposti della responsabilità sociale d’impresa*, cit., pp. 26-27.

⁴ Y. Shcherbinina, B. Sena, *Strumenti concettuali per una riformulazione della responsabilità sociale d’impresa*, in H. Alford, F. Compagnoni (a cura di), *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, cit., p. 94.

⁵ Così F. Compagnoni nell’*Introduzione* al volume *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, cit., p. 10.

⁶ J.R. Lopez De La Osa, *Interesse comune e responsabilità sociale d’impresa*, cit., p. 279.

⁷ F. Compagnoni, *Diritti umani e responsabilità sociale d’impresa. Fondamenti e problemi aperti*, in H. Alford, F. Compagnoni (a cura di), *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, cit., pp. 241-242.

⁸ H. Alford, *Il Pensiero Sociale Cristiano e le deboli radici etiche della responsabilità sociale d’impresa. Può il primo contribuire a risolvere il problema per la società in generale?*, in H. Alford, F. Compagnoni (a cura di), *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, cit., pp. 227-228.

⁹ *Ibidem*, p. 219.

¹⁰ B. Sena, *Verso una operativizzazione del bene comune realizzato dall’impresa*, in H. Alford, F. Compagnoni (a cura di), *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, cit., p. 439 e segg.

¹¹ L. Becchetti, S. Di Giacomo, D. Pinnacchio, *L’effetto della responsabilità sociale sulla produttività e sull’efficienza delle imprese. Un’analisi empirica su un campione di imprese americane*, in H. Alford, F. Compagnoni (a cura di), *Fondare la responsabilità sociale d’impresa*, cit., p. 337.