



**ETICA DELLA POLITICA
NELL'EPOCA POST MODERNA:
PERSONA, ISTITUZIONI, SOCIETÀ**

Corso di Alta Formazione
Universitaria Post-Laurea

Il profilo etico del manager e dell'imprenditore

Mario Riso

Professore di Economia e Gestione delle Imprese

Università degli Studi Niccolò Cusano

Il risveglio di una coscienza etica nell'economia e nell'impresa

- Il tema di un'economia più umana è ormai diventato centrale e sono sempre più numerosi i contributi che cercano di individuare nuovi modi e nuove logiche dell'agire economico.
- **Andare al di là di una cultura puramente individualista basata sul profitto, responsabile di aver generato un mercato incapace di regolare se stesso**

Verso un arricchimento culturale

- Si sente l'esigenza di andare oltre la pura razionalità economica, verso un approccio che contempla la regolazione dei mercati, la responsabilità d'impresa e uno sviluppo sostenibile che affronti la *complessità*, mettendo in discussione lo stesso concetto di “crescita”
- ***L'economia è cultura***, ed è quindi il prodotto complesso dei valori che la ispirano. (C. Pepe, 2014)

Economia e società

- L'economia è la proiezione fisica, il riflesso di un mondo superiore che è ad essa verticale: il mondo delle cause, delle idee e dei valori.

Se le idee di una società si amplificano, se il suo sistema dei valori si innalza, se la visione dell'umanità si evolve anche l'economia si arricchisce

Benedetto XVI – Caritas in Veritate

- Benedetto XVI nella Caritas in Veritate afferma che il mercato, e quindi l'economia di mercato, non sono fatti di natura, ma di cultura, e che perciò è necessario ridimensionare il peso del capitalismo e “ripensare teoria e prassi nelle imprese”.

Il governo dell'economia e delle imprese

- Il governo dell'economia e delle imprese deve quindi aprirsi a nuove prospettive, che guardino al di là dei parametri di efficienza ed efficacia, per introdurre nuovi obiettivi, misurati a *livello individuale* con gradi di felicità e di autorealizzazione e a *livello collettivo* con una maggiore redistribuzione del benessere, nella prospettiva di un arricchimento reciproco e di una minore conflittualità fra le classi sociali, i popoli, le culture.

Per quanto riguarda in particolare l'impresa se ne riscopre la dimensione "*istituzionale*".

- Essa è il prodotto e la fonte di una rete di contratti interni ed esterni con i vari tipi di *stakeholders* (azionisti, lavoratori, clienti, fornitori, organizzazione dei consumatori, per l'ambiente, per il territorio) "che la vincolano al rispetto di impegni che sono gerarchicamente superiori alla ricerca del profitto..."

E, in modo ancora più pregnante, la
dimensione *sociale* dell'impresa

- Essa è un intreccio di vite, ciascuna con il proprio progetto e i propri sogni, e quindi ha un rilievo sociale che impedisce di scindere l'attività economica dall'etica.

Etica come stare insieme

- E' un'etica fatta di diritti e doveri, che non sono né liberamente scelti (come nella moralità), né imposti da un soggetto titolare dell'esercizio legittimo della forza (come nel diritto); in questa concezione dell'etica i diritti/doveri sono condivisi in una relazione intersoggettiva che si sviluppa entro uno "stare-insieme ...".

Etica in un quadro internazionale

- L'etica, cioè, non ha nulla a che vedere con un seppur nobile gesto individuale da filantropo, ma è sempre uno “stare-insieme” in una dimensione di vita sociale.
- E' in questo senso la dimensione internazionale necessita di un particolare impegno per individuare una dimensione etica condivisa, sulla base delle varie culture in gioco

Etica centrata sulla persona

- *L'economia infatti ha bisogno dell'etica per il suo corretto funzionamento; non di un'etica qualsiasi, bensì di un'etica amica della persona.*

...

- Occorre adoperarsi — l'osservazione è qui essenziale! — non solamente perché nascano settori o segmenti « etici » dell'economia o della finanza, ma perché l'intera economia e l'intera finanza siano etiche e lo siano non per un'etichettatura dall'esterno, ma per il rispetto di esigenze intrinseche alla loro stessa natura. (Benedetto XVI CV n. 45)

Servono nuove proposte

- Servono quindi nuove proposte che indichino la strada per arrivare a una convergenza di principi e di valori.
- A livello economico generale, si propone un nuovo paradigma in grado di misurare e giudicare la ricchezza sui bisogni soddisfatti e sulle opportunità realmente offerte ai cittadini.

Un nuovo sistema economico

- In un sistema economico “**civilizzante**” l'interesse individuale deve rendersi compatibile con l'interesse collettivo, in modo da creare le condizioni perché il “**bene comune**” possa essere perseguito. In una ***economia civile***, il mercato è vita in comune, mutua assistenza. Tuttavia, se non ci sono *virtù civili* a sostenerlo, l'interesse privato non può risolversi naturalmente in pubblica felicità (Bruni, 2010).

Il ruolo delle imprese

- **A questo processo di rinnovamento culturale contribuiscono non solo le *imprese sociali*, quelle cioè per loro natura sono dedicate alla produzione di servizi sociali e ad attività produttive volte a favorire l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate (riconosciute e normate in Italia come "cooperative sociali"), o quelle che dilatando il profilo dell'impresa sociale possono essere definite *imprese civili*, comunque caratterizzate da obiettivi, forme proprietarie, vincoli e modalità di governance che escludono la priorità del profitto, si orientano a prodotti e servizi comunque utili e concepiscono il lavoro come fine e non come mezzo, ma devono essere coinvolte anche le *imprese convenzionali for-profit* attraverso l'applicazione dei principi di responsabilità sociale (Zamagni, 2004).**

Responsabilità sociale d'impresa

- **Commissione Europea nel libro Verde del 2001, come “l’integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”,** definizione che è stata rivista e perfezionata dalla Commissione stessa, la quale, nel semplificarla, ne ha in qualche modo ampliato la portata.

Responsabilità sociale d'impresa - CSR

- La CSR (Corporate Social Responsibility) è ora definita come “la responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società”, precisando inoltre che: “Per soddisfare pienamente la loro responsabilità sociale, le imprese dovrebbero dotarsi di un processo per integrare le questioni sociali, ambientali, etiche, i diritti umani e le sollecitazioni dei consumatori nelle loro operazioni commerciali e nella loro strategia di base, in stretta collaborazione con i rispettivi interlocutori, con l’obiettivo di fare tutto il possibile per creare un valore condiviso tra i loro proprietari /azionisti, tra le altre parti interessate e la società in generale; identificare, prevenire e mitigare i loro possibili effetti negativi” (**Comunicazione sulla CSR della Commissione Europea del 25 ottobre 2011**)

Responsabilità sociale d'impresa

- La nuova concezione del fare impresa e più in generale il risveglio di una coscienza etica che investa l'attività economica di tutta la sua valenza umana si manifesta ormai in più ambiti: studiosi, responsabili della politica economica, proprietari e dirigenti d'azienda, consumatori e loro associazioni, amministratori locali e organizzazioni per la difesa dell'ambiente alimentano il dibattito.

Sull'applicazione di questa nuova visione

- Ma il problema di una corretta e coerente applicazione di principi etici e di responsabilità (sociale e ambientale) si pone con particolare evidenza e in modo ancor più problematico nelle attività internazionali, dove più forti sono le differenze di matrice culturale e di sviluppo fra i vari contesti in cui l'impresa opera e dove è più difficile trovare soluzioni rispondenti a principi condivisi fra tutti i soggetti a vario titolo coinvolti nei processi di produzione, distribuzione e consumo di ampiezza sovranazionale.

Occorre affrontare diversi problemi

- Per affrontare il problema a questi livelli di complessità, è necessario elaborare, accanto alle proposte e ai paradigmi utili a una nuova lettura della realtà economica, un'analisi attenta delle cause e dei meccanismi, anche psicologici, che portano i soggetti economici a comportamenti negativi, o comunque ambigui, che sono causa di conflitti, disequilibri, soprusi, contrari al principio fondamentale e unificante della dignità umana.

Agli aziendalisti in particolare tocca leggere i fenomeni come somma dei comportamenti da analizzare.

- I comportamenti possono appartenere a vari soggetti, dentro e fuori dalle imprese, ma le riflessioni che seguono riguardano soprattutto *gli uomini di impresa*, e in particolare i **proprietari e i manager** che ne hanno il controllo, che prendono le decisioni più incisive, che sono i soggetti di riferimento che più condizionano gli altri attori a vario titolo coinvolti.

I tipi di comportamenti di proprietari e manager contrari all'etica

- un vero e proprio *limite culturale*
 - di chi non oltrepassa quell'ambito ristretto che prevede il massimo conseguimento degli scopi con l'impiego minimo dei mezzi ... una povertà di strumenti concettuali del tutto insufficienti a interpretare le nuove complessità
- Gli uomini di affari non si rendono conto che si comportano in modo immorale perché semplicemente la loro sensibilità morale non li porta a chiedersi se la decisione presa è etica

I tipi di comportamenti di proprietari e manager contrari all'etica

- Gli uomini di affari non si rendono conto che si comportano in modo immorale perché semplicemente la loro sensibilità morale non li porta a chiedersi se la decisione presa è etica.
- la loro formazione non li prepara a riflettere su questioni come: il dialogo interculturale, i cambiamenti della società, le potenzialità offerte dalla ricerca scientifica, le prospettive a lungo termine.

I tipi di comportamenti di proprietari e manager contrari all'etica

- Pur consapevoli dei loro comportamenti non etici, si impegnano a trovare “giustificazioni” al proprio operato: “tutti lo fanno, sono obbligato perché lo pretendono i miei interlocutori”
- I comportamenti discutibili vengono “razionalizzati” fino a renderli accettabili.
- Certe forme di corruzione, il mancato pagamento di tasse, il mancato rispetto di certe norme sul lavoro, i prodotti, l'ambiente, possono derivare da questo tipo di atteggiamento.

I tipi di comportamenti di proprietari e manager contrari all'etica

- I neocinici
- Manager che “sul mercato della professione legittimano la loro quotazione con passioni fredde e saperi standard...affermando che l'impresa non è competente a fare altri mestieri.... Quando invece il problema è che li fa e, non essendo preparata, li distorce a suo uso e consumo...”

La visione dei manager neocinici

- Per la maggior parte di costoro, soprattutto per quelli più ambiziosi, il vero senso del lavoro, base dell'identità sociale e dell'immagine di sé, diventa quello di tenere gli occhi ben puntati sulla grande opportunità che consente di restare in sella e fare carriera

Per una nuova visione del governo e della gestione di impresa

- Una nuova cultura di impresa ha molto più bisogno di aprire un dibattito sulle difficoltà che si incontrano cercando di sciogliere tali dilemmi, che non di diffondere principi di altruismo e condivisione, ruolo che altri svolgono con maggior titolo.
- A chi vive l'impresa si chiede di essere innovativo, di risolvere problemi, di darsi degli obiettivi e delle strategie
- Oggi si tratta di continuare, con la coscienza di nuova complessità, trovando le possibili mediazioni, riflettendo sulle contraddizioni interne all'attività dell'impresa prima ancora che sui problemi dell'ambiente e della società.

TRE PRINCIPI PRATICI PER L'IMPRESA

- 1. Soddisfare le esigenze del mondo attraverso la creazione e lo sviluppo di beni e servizi**
- 2. Organizzare lavoro positivo e produttivo**
- 3. Creare ricchezza sostenibile e distribuirla equamente**

1. Soddisfare le esigenze del mondo attraverso la creazione e lo sviluppo di beni e servizi

- Le imprese che producono beni veri e servizi utili offrono un apporto al bene comune
- Le imprese offrono solidarietà ai poveri ponendo attenzione alle opportunità di servire le popolazioni svantaggiate e trascurate e i bisognosi.

2. Organizzare lavoro positivo e produttivo

- Le imprese contribuiscono alla comunità promuovendo la speciale dignità del lavoro dell'uomo.
- Le imprese, attraverso la sussidiarietà, offrono opportunità ai loro dipendenti di esercitare un'autorità adeguata allo scopo di contribuire alla missione dell'organizzazione.

3. Creare ricchezza sostenibile e distribuirla equamente

- Le imprese sono responsabili della buona gestione delle risorse – capitale, manodopera, ambiente – che sono state loro affidate.
- Alle imprese spetta assegnare con equità le risorse a tutti gli interlocutori: collaboratori, clienti, investitori, fornitori e comunità.

In conclusione

- I contributi che nascono dalla riflessione su questi temi e sulle possibilità di cambiamento auspicano in primo luogo che prenda forza la critica alla concezione fondante della teoria economica: vale a dire presupporre e giustificare l'agire umano come mosso dalla "massimizzazione dell'utilità individuale in presenza di vincoli".

In conclusione

- C'è infatti la necessità di considerare altre dimensioni dell'umano – i sentimenti per l'altro, il senso del dovere e di responsabilità, le convenienze sociali legate a una certa cultura – per riconoscere la dimensione etica nell'economia, sia nel momento “positivo” (della scelta dell'oggetto di studio), sia in quello “normativo” (delle prescrizioni per l'agire che non possono prescindere da un sistema di valori)

In conclusione

- La saggezza pratica richiede che il fine auspicabile dei principi sociali etici sia tradotto nel fine realistico e possibile di una situazione concreta (dati i mezzi e le risorse disponibili).
-
- Il ruolo dell'etica imprenditoriale e quello della responsabilità sociale delle aziende, quando non radicati nel terreno profondo della cultura umana, si espongono al rischio di essere strumentalizzati e, conseguentemente, di fallire nella promozione dello sviluppo integrale dell'uomo all'interno dell'azienda

In conclusione

- Per ottenere dei risultati efficaci ogni organizzazione deve verificare continuamente la condivisione di una cultura etica e avere il “coraggio morale” per sostenerla.
- Deve “ricomporre intelligenza e cuore” con “provocazioni” che affermano anzitutto il principio della fraternità, della gratuità, del dono; proposte di valori alternativi per una "vita buona" nell'economia e nella società (Caselli, 2013)

Alcuni riferimenti bibliografici

- Benedetto XVI , “CARITAS IN VERITATE LETTERA ENCICLICA SULLA GLOBALIZZAZIONE” Libreria Editrice Vaticana, luglio 2009
- Caselli L. (2013), *La vita buona nella economia e nella società*, Edizioni Lavoro
- Celli P. L., “L’illusione manageriale”, Laterza, Roma-Bari,1998, p.8-9.
- Maggiolini P. (2012), *Ciò che è bene per la società è bene per l’impresa*, F. Angeli, Milano
- Bruni L. (2010), *L’ethos del mercato. Un’introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell’economia*, Mondadori, Milano.
- Pepe C. (2014), *Values and corporate responsibility in globalization processes*, EMEE, vol. 32, McGraw-Hill, Milano.
- Sen A. , Stiglitz J.E. (2010), *La misura sbagliata delle nostre vite. Perché il PIL non basta più per valutare benessere e progresso sociale* , Rizzoli Etas, Milano