

"ETICA ED IMPRESA"

Intervento al Convegno del 13/12/2008 in Bologna

Per stabilire un collegamento tra etica ed impresa occorre poter affermare che l'impresa è prima d'ogni cosa una "comunità di uomini" e che il suo scopo primario è quello di garantire l'esistenza stessa di questa "comunità" e cioè, di affermare il suo valore intrinseco che si sviluppa in una triplice dimensione: immateriale, relazionale e sociale. Sono questi i tre pilastri sui quali, in una società moderna, è possibile un parallelo tra etica ed impresa.

LA DIMENSIONE IMMATERIALE DELL'IMPRESA

Il primo aspetto, ossia, l'immaterialità dell'impresa è sotto gli occhi di noi tutti e viene accentuata nel passaggio dalla seconda alla terza rivoluzione industriale.

Valgono sempre di più le conoscenze tecnologiche e sono sempre meno importanti le risorse umane.

L'impresa è, al contrario, capacità di lavorare insieme, soddisfare bisogni, perseguire obiettivi, sviluppare potenzialità, produrre e vendere idee e simboli.

L'irruzione dell'informatica nella vita dell'impresa, invece, è andata verso una materializzazione, è ciò rappresenta il fenomeno più evidente di un processo molto più profondo: la presa progressiva di coscienza che a fare l'impresa non sono soltanto le macchine, le risorse materiali o le strutture, ma sono soprattutto gli uomini.

Sono le qualità personali, che caratterizzano la reale capacità di iniziativa e di imprenditorialità di una impresa moderna.

Quanto appena detto, non può non confermare la centralità del lavoro umano rispetto al capitale. Centralità del lavoro che di fatto significa centralità dell'uomo nel lavoro, ossia la convinzione che a rendere il lavoro tale è "chi lo fa" e non "cosa fa".

Nell'impresa moderna, anche se in modo spesso contraddittorio, questo può emergere con maggiore evidenza solo se l'imprenditore ha il coraggio di farlo mettendo al centro della sua impresa il valore dell'uomo inteso come fine e mai come mezzo.

LA DIMENSIONE RELAZIONALE DELL'IMPRESA

Il secondo aspetto è la dimensione relazionale dell'impresa.

La flessibilità e l'internazionalizzazione richiedono, infatti, di trasformare il mondo delle imprese in una "rete globale".

Un tempo le imprese cercavano di accorpate al proprio interno tutte le operazioni e le competenze, perseguendo una specie di autosufficienza.

Oggi tendono, invece, ad esternalizzare, concentrandosi sul loro "core business".

Si promuovono forme varie di condivisione di risorse e di competenze e sempre più nuove forme di partecipazione al rischio imprenditoriale.

A nessuno di noi sfuggono gli elementi, anche preoccupanti, di questi fenomeni, specialmente nelle fasi di transizione dal vecchio al nuovo che comportano solitamente disfunzioni e sofferenze. I nuovi modi di lavorare incidono in profondità sulle forme di tutela e di solidarietà sociale nonché sulla vita familiare.

Ma allora perché non soffermarsi anche sugli aspetti positivi, cercando di guidarli al meglio a servizio dell'uomo?

Perché non vedere che è in aumento la "relazionalità" e che questo presenta anche molti vantaggi?

Si pensi per esempio a due fenomeni di grande interesse.

Il primo è che le forme tradizionali di impresa non vengono distrutte ma, appunto, messe in rete.

L'impresa tradizionale a base familiare con la centralità della figura dell'imprenditore-proprietario che funge anche da manager continua a vivere accanto alla grande corporation quotata in borsa con la centralità assunta in essa dal manager nettamente distinto dalla proprietà. Ed entrambe convivono con le nuove forme di micro-impresa, dalla struttura piatta e dall'organizzazione leggera, particolarmente adatta al contesto della nuova economia.

Tutto ciò crea un'inedita possibilità di relazioni proficue, di scambio di informazioni commerciali e di risorse umane. Tutto ciò anche a vantaggio delle imprese dei paesi meno fortunati. È questo, infatti, il secondo aspetto positivo.

L'internazionalizzazione è ormai giunta alla portata non solo delle grandi corporations multinazionali, ma anche delle piccole imprese. La relazione di rete permette di suddividere il rischio e di attuare joint-ventures anche con imprese dei paesi più svantaggiati.

Se aumentassimo la creatività e la disponibilità di pensare in modo nuovo anche la solidarietà internazionale, si aprirebbero nuovi orizzonti di sviluppo anche per i paesi poveri. E di questo devo dirvi sono fermamente convinto.

Ritengo che la soluzione del problema dello sviluppo non consista nel protezionismo e nelle chiusure. Il sottosviluppo dipende "dall'isolamento dei Paesi più poveri dal mercato mondiale" e proprio per questo bisogna aiutare gli uomini "ad acquisire conoscenze, ad entrare nel circuito delle interconnessioni, a sviluppare le loro attitudini per valorizzare al meglio capacità e risorse".

La possibilità di questo "accesso" è purtroppo frenata da molti ostacoli.

Tra di essi, secondo me, c'è anche la mentalità: che considera il commercio "etico" come un circuito parallelo e residuale rispetto a quello del commercio tout-court e non integrato in esso; che limita lo smercio dei prodotti dei paesi poveri nel mercato occidentale ai soli circuiti del "mercato etnico"; che considera gli aiuti economici alle imprese dei paesi poveri solo sotto

forma di prestiti o trasferimento di tecnologia da noi obsoleta e non anche come compartecipazione al rischio e quindi come esportazione di know-how imprenditoriale nel sud del mondo. Se ci si ferma a tali aspetti marginali la relazionalità è solo un fantoccio senza anima e senza cuore.

LA DIMENSIONE SOCIALE DELL'IMPRESA

L'ultimo aspetto è la socialità dell'impresa. Tale assunto trova conferma nella realtà imprenditoriale stessa.

Mi riporto non solo al fatto che l'impresa è di per sé un fatto sociale in quanto è una risposta non individuale al bisogno di beni economici ma anche al fatto che l'attività di impresa ha molteplici ed ovvie conseguenze sulla società.

Più in profondità, intendo fare riferimento al fatto che l'intima realtà dell'impresa è proprio di natura sociale, che l'impresa si nutre di socialità, che rappresenta anche la sua reale ricchezza economica.

Molti studiosi hanno fatto emergere l'importanza del cosiddetto "capitale sociale", inteso come qualcosa di diverso e di ulteriore dal capitale reale e dal capitale umano.

Non voglio pronunciarmi qui sulle varie scuole di pensiero sul capitale sociale, intendo solo sottolineare come esso sia una versione scientifica dell'impresa come "comunità di uomini".

Il capitale sociale, si noti bene, ha carattere "immateriale" ed è sempre una ricchezza "pubblica", anche quando a produrlo sono imprese a carattere privato.

Per questo l'impresa si nutre di capitale sociale e produce incessantemente capitale sociale, non solo al proprio interno ma inevitabilmente anche nella comunità sociale circostante.

Le virtù civiche, la tenuta dei vincoli familiari e quindi la capacità della famiglia di trasferire i legami tradizionali alle nuove generazioni e comportamenti sociali improntati al cd. civismo, i legami di reciprocità nella società civile, la buona amministrazione nelle istituzioni e i vincoli

etici, senza dubbio, producono effetti anche economici di notevole entità dentro e fuori l'impresa.

L'impresa non è mai l'unica protagonista dei propri successi, né mai l'unica colpevole dei propri insuccessi.

Per comprendere tali aspetti, tuttavia occorre porre con grande chiarezza il problema del rapporto tra impresa ed attività umana.

Quando l'economia è in crisi, la causa va ricercata non solo e non tanto nel sistema economico stesso, quanto nel fatto che l'intero sistema socio-culturale si è indebolito e si limita solo alla produzione di beni e servizi fini a se stessi senza perseguire il bene comune generale.

CONCLUSIONE

Dopo queste brevi considerazioni ritorno a quanto avevo affermato all'inizio di questo mio breve intervento e cioè alla constatazione che l'impresa e il profitto non sono sufficienti a dare ragione di se stessi, nemmeno dal punto di vista economico.

Penso che oggi sia impossibile spiegare l'economia con l'economia. La dimensione sociale ed etica sono indissolubilmente collegate con l'economia, con l'azienda e con il profitto.

Questo mio pensiero trova del resto conferma nelle scienze sociali stesse che documentano come i fattori immateriali, relazionali e sociali svolgano un ruolo economico di primaria importanza.

Non dico questo per affermare che tutto è economia. Al contrario: lo dico per mettere l'economia al proprio posto: cioè un contesto pluridimensionale dove l'etica e l'umanità rivestono un ruolo di primo piano.

Non esiste l'idea di una economia originariamente malvagia da imbrigliare, come un demone che va esorcizzato, con le redini dell'etica. L'economia è già originariamente intrisa di componenti immateriali, sociali e relazionali di tipo non economico con cui interagisce sistematicamente.

Non dimentichiamoci che i costi economici sono sempre anche costi umani e i costi umani hanno sempre anche una ricaduta economica.

Quindi, più l'economia è virtuosa più il contesto si fa umano e più il contesto è promozionale della persona umana e più l'economia trova vento per le proprie vele.

Questo sarà il futuro dell'impresa nei prossimi anni, in caso contrario, la nave sarà destinata ad un probabile naufragio.

Vi ringrazio della vostra attenzione.

Vincenzo Musacchio
Docente di Diritto penale dell'Unione europea
Università degli studi del Molise