

Stato dell'arte e strategie future per introdurre l'etica in azienda

Perché non si può fare a meno di occuparsi dell'etica

È ormai esigenza imprescindibile per ogni azienda interrogarsi sul tema dell'etica. Lo impone la consapevolezza che gli obiettivi di profitto si raggiungono solo valorizzando le risorse umane, lavorando in sintonia con clienti e fornitori, rispettando l'ambiente, tenendo conto del contesto culturale.

Come evitare percorsi sbagliati

Eppure accade che non si sappia *"da che punto cominciare"*.

Esordire assumendo impegni in attività di solidarietà sociale (attività di Corporate Social Responsibility) prima di aver meditato sul *"chi siamo"* e *"perché lavoriamo"* è come issare le bandiere sul tetto prima ancora di essersi preoccupati delle fondamenta e dello stato dell'edificio.

Così come iniziare attraverso la redazione di una *"carta dei valori"* o *"codice etico"*, si rivela, spesso, l'approccio sbagliato.

Molti operatori fra le società di consulenza e le scuole di formazione tendono a proporre modelli precostituiti, standard, di *"carte dei valori"*, *"codici etici"*, *"bilanci sociali"*. Sono questi modelli fondati su valori condivisibili –trasparenza contabile, rispetto della persona, servizio al cliente ecc.–, ma generici.

Così accade che tutte le carte dei valori ed i codici etici e tutti i bilanci sociali siano tra di loro quasi uguali, senza però riuscire a portare alla luce e valorizzare l'atteggiamento etico dell'impresa.

Questo modo di operare fa sì che l'investimento in etica non porti risultati adeguati, ed addirittura possa assumere risvolti negativi: i dipendenti ed i collaboratori non si riconosceranno nell'immagine che viene data di loro, non condivideranno gli obiettivi. E quindi non contribuiranno in prima persona a far sì che l'atteggiamento etico della nostra impresa si manifesti nei fatti.

Allo stesso tempo, avremo perso una occasione – di fronte ai clienti, ai fornitori, all'ambiente sociale nel quale operiamo – per valorizzare la nostra differenza.

Cosa propone AssoEtica

AssoEtica propone ad ogni organizzazione un percorso attraverso il quale scoprire le proprie radici etiche.

Solo dopo aver portato alla luce la propria *"etica"* – il proprio sistema di valori, la propria identità, la propria storia, il senso profondo della promessa rivolta ai clienti, i fondamenti del patto stabilito con dipendenti e collaboratori – si potrà pensare, e lo faremo insieme, a come esprimerla a chiare lettere e comunicarla e mantenerla viva.

Carte valori, codici etici, attività di Corporate Social Responsibility vengono dopo. Prima deve venire il lavoro su di sé.

AssoEtica™

Via Gaetano Giardino, 4– 20123 Milano

Tel: 02 875315

Fax: 02 700508020

Email: assoetica@assoetica.it

Web: www.assoetica.it

LE TAPPE DEL CHECK UP ETICO

1. PORTARE ALLA LUCE LA PROPRIA ETICA

Si lavorerà utilizzando strumenti di 'etnografia organizzativa': con rispetto, senza pregiudizi, si lavorerà per scoprire 'quali sono i valori'.

- Incontri con il vertice aziendale (proprietà, top management)
- Lavoro con l'intera popolazione dei dipendenti e dei collaboratori, attraverso strumenti che andranno definiti caso per caso: affiancamenti on the job, osservazione partecipante, interviste, focus group.
- Lavoro, attraverso strumenti che andranno definiti caso per caso, con i clienti
- Lavoro, attraverso strumenti che andranno definiti caso per caso, con i fornitori
- Lavoro, attraverso strumenti che andranno definiti caso per caso, con altri soggetti coinvolti nella filiera produttiva e nelle attività commerciali (terzisti, trade, ecc.)
- Lavoro con altri 'stakeholders': altre figure o popolazioni coinvolte, o comunque toccate, dall'attività della nostra impresa: amministrazioni locali, rappresentanti politici, associazioni di rappresentanza, ecc.
- Lavoro su fonti documentarie: documenti storici, procedure interne, materiali di comunicazione, schede prodotto, campagne pubblicitarie, ecc.

2. ESPLICITARE E CONDIVIDERE LA PROPRIA ETICA

La "*propria etica*" dovrà innanzitutto essere condivisa, e resa esplicita, tra coloro che fanno parte dell'organizzazione. Saranno scelte le modalità, adeguate al contesto, utili a esplicitare e a rinforzare i valori. Non esiste a priori una modalità adatta a tutte le situazioni. Potrà essere, ad esempio, un libro che raccoglie la storia dell'impresa; un semplice decalogo; un articolato codice di comportamento; un incontro annuale che coinvolge tutti i dipendenti, ecc.

3. SALDARE L'ETICA AL BUSINESS

L'etica è frutto di una cultura, di una storia, di un contesto. Il business – quale che siano la cultura, la storia, il contesto – impone comportamenti dai quali non si può prescindere: conseguire e incrementare il profitto, prevalere sui competitori, stringere alleanze, ecc. Se si perde di vista l'etica si rinuncia alle proprie radici, si perde la fiducia delle persone coinvolte nella nostra attività, si entra in conflitto con l'ambiente. Perciò, si perde la capacità di fare efficacemente business. Si deve cioè cercare il punto di incontro tra etica e business. La nostra identità etica può e deve essere letta come vantaggio competitivo, come fattore distintivo. Il lavoro in questa direzione deve coinvolgere il vertice aziendale (proprietà, top management).

4. MONITORARE LA PROPRIA ETICA

Definiti nelle fasi precedenti gli aspetti chiave che garantiscono la "*qualità etica*" della vita organizzativa e della presenza sul mercato e nella società, potranno essere approntati strumenti per "*tenere sotto controllo*" gli andamenti ed i comportamenti.

Saranno individuati indicatori per misurare la "*qualità etica*" nei suoi diversi aspetti. L'impresa potrà assumere l'impegno di mantenere o migliorare progressivamente uno standard.

L'impresa potrà altresì assumere l'impegno di diffondere presso i dipendenti e all'esterno informazioni sull'"andamento etico".

5. RACCONTARE LA PROPRIA ETICA AL MONDO

Parallelamente, la "nostra etica" potrà essere presentata al mondo esterno. Diventando un cruciale argomento di comunicazione. L'elemento centrale della comunicazione istituzionale.