

FONTI:
"LA REPUBBLICA
DELLE DONNE"
(INSERTO DELLA
REPUBBLICA 3/08/03)

PROGRESSO **Arrivano nuovi** **professionisti per** **rendere le imprese** **socialmente** **responsabili:** **bontà o strategia** **di marketing?**

di Chiara Dino

La tavola delle leggi è un vademecum che poco alla volta firmeremo tutti. Se questo cambierà il nostro modo di lavorare è presto per dirlo. Se trasformerà l'economia di mercato in qualcosa di più umano e più giusto, se porterà il rispetto e la valorizzazione delle risorse umane al centro dei modi di produzione e degli scambi commerciali, se - ancora - trasformerà manager aggressivi e vincenti in uomini attenti agli altri uomini e annulerà le guerre infinite che si combattono negli uffici, a favore di una collaborazione produttiva fra simili, lo scopriremo col tempo. Quello che è certo è che oggi sempre più capillarmente si diffonde in tutte le aziende l'insopprimibile esigenza di stilare una carta dei valori, di produrre e diffondere un codice etico e di sottoporlo all'approvazione e alla sottoscrizione dei dipendenti. Le ragioni di questa ventata moralizzatrice sono tante, ma sicuramente c'è un ritorno in termini economici, perché conti alla mano si è visto che è il business etico oggi a produrre ricchezza, benessere, utili consi-

stenti. Eppure accanto a queste motivazioni sembrano essercene delle altre. Un comune sentimento di solidarietà si si va diffondendo tra la gente comune, quasi un rigurgito, una reazione allo yuppismo imperante per anni. E quanto pensano quelli di Assoetica, associazione no-profit nata a Milano un paio d'anni fa che da ottobre prossimo darà il via al primo master a tema in Italia.

Servirà a formare una figura professionale del tutto nuova nel nostro Paese

quella dell'ethics officer, oramai di casa da almeno dieci anni negli Stati Uniti, in Germania e nel Regno Unito e la cui presenza dovrebbe fungere da bollino di garanzia per le imprese che ne prevederanno almeno uno nelle loro fila. Parteciperà a corsi di teoria e a master pratici questo futuro responsabile etico di ogni impresa che si rispetti. Imparerà a riconoscere l'armonia e la disarmonia di un sistema. E, a giudicare da quanto chiarisce il professore Bruno Bonsignore, ideatore e organizzatore dell'iniziativa, «non sarà solamente un ragioniere del bilancio sociale o della carta dei valori per società desiderose di entrare a pieno titolo dentro un mercato che va cambiando». Il sospetto che tutta questa storia dell'etica sia un'operazione di marketing in realtà sorge abbastanza spontaneo a giudicare da una serie di dati che qui di seguito analizzeremo. Proviamo a gettare giù qualche cifra.

Uno studio condotto ad aprile di quest'anno da E-capital partners, financial advisor indipendente, rivela che dal 1993 al 2003, in Europa, i fondi etici sono cresciuti del 339 per cento e precisamente da 85 a 373. E ancora, dal 2000 al 2002 Banca Popolare etica, che ha chiuso il bilancio dello scorso anno con un utile di 150 mila euro, ha triplicato la raccolta arrivando a 198 milioni e

576.988 euro. A fine 2002, a quattro anni di attività, il capitale sociale è passato dagli 11 milioni e 269 mila euro del 2001 ai 14 milioni 188 mila euro del 2002 e nello stesso periodo il numero dei soci è cresciuto da 17.372 a 19.991.

Un'indagine del Censis pubblicata qualche settimana fa certifica che dopo Gran Bretagna e Olanda, l'Italia è al terzo posto, a pari merito con la Svezia, nella classifica del risparmio etico. Quella di produrre o legare la propria immagine a programmi socialmente responsabili pare essere stata la scelta sempre più in voga nelle aziende italiane. «Sarà perché è il periodo del social», ha chiarito Giuseppe Roma, direttore del Censis, nel presentare i dati, «dell'attenzione dei consumatori e della crescita di movimenti ambientalisti e di associazioni per i diritti umani, ma sta di fatto che negli ultimi dieci anni sono aumentate le imprese italiane che, per esempio, si fanno carico del risvolto sociale delle proprie attività, stando attente alle tematiche ambientali e di sicurezza sui luoghi di lavoro». Ne risulta che nel 2002 circa un quarto delle aziende italiane ha sostenuto attivamente forme di volontariato, cedendo beni (25,7 per cento) o favorendo il coin-

volgimento del proprio personale in attività di questo tipo (16,4 per cento), mentre il 22,4 per cento ha acquistato prodotti o servizi da soggetti che svolgono attività di interesse sociale, come cooperative di ex carcerati o strutture di commercio equo e solidale.

Ma perché succede tutto questo? Innanzi tutto perché rende economicamente. È un fatto che il 50,5 per cento degli italiani abbia acquistato nell'ultimo anno dei prodotti solamente dopo aver verificato che non inquinano e che per la loro produzione sono stati rispettati i diritti dei lavoratori, che il 40,5 per cento ha evitato di comprare da aziende con comportamenti non etici e che il 14,2 per cento ha partecipato a campagne di boicottaggio. Tutto ciò ha naturalmente influenzato chi gestisce la produzione. E ha portato alla diffusione capillare di un nuovo diktat produttivo: tutto è lecito purché sia etico. E tutto è etico se si conforma a codici di valori oggettivi e condivisi. «Eppure», chiarisce ancora Bonsignore, «seppure il pericolo che si cavalchi una moda c'è ed è reale, per il nostro corso stiamo pensando a una figura realmente nuova, a qualcuno che non sia solamente bravo a mettere giù una carta dei valori da ostentare come vessillo da brandire e da esibire per fare breccia sul senso di colpa dei consumatori. Il nostro obiettivo è un altro: vogliamo far entrare nella testa della gente un concetto semplice: che è possibile un profitto etico, equo e solidale, un profitto che nasca da un sistema di produzione al cui centro ci sia il valore della persona, dell'individuo».

Le quotazioni

Gli ethics officer che usciranno dal master di Milano dovranno essere professionisti che lavorano su un doppio livello: quello che riguarda l'attività esterna dell'azienda e quello che incide sulla comunicazione interna. In pratica funzioneranno da controllori che valutano la legittimità delle azioni delle imprese». L'idea è di formare dei personaggi super partes con dei compiti di indirizzo e di controllo. Saranno loro a monitorare il rispetto dell'ambiente e le condizioni di lavoro dei dipendenti, saranno loro a verificare che dentro le stanze degli uffici non si consumino casi di mobbing, e che venga normalmente rispettata la legislazione sulle Pari opportunità. Saranno ancora loro a pensare a un modello di sviluppo dell'impresa che sia in sintonia con la società, nel suo complesso, che passi dall'annullamento dello sfruttamento dei Paesi del terzo mondo e dal rispetto di ogni lavoratore.

Lo scopo finale è ambizioso perché a questo punto bisognerà ribaltare il concetto di progresso. E per dirla con padre Carlo Casalone, gesuita e tra gli ideatori di Aggiornamenti sociali, oltreché docente del corso, si tratterà di: «Trasformare il mercato in un meccanismo che non si limita a regolare gli scambi commerciali ma in un'entità che stabilisce armonia tra tutti gli interessi dei vari protagonisti, in una mano invisibile che compone istanze spesso in conflitto dandone una versione e un equilibrio

che sia il migliore possibile».

In altre parole bisognerà far crescere in ciascuno dei protagonisti della vita sociale dell'economia globale tre facoltà antiche come il mondo, ma non per questo adeguatamente coltivate, la libertà, la consapevolezza e la responsabilità individuale.

Bisognerà far sì che incontrare una persona in qualunque posto di lavoro, non comporti uno stravolgimento del suo sentire e del suo modo di intendere la vita, bisognerà operare, infine, perché le differenti visioni del mondo, individuali e perciò spesso uniche si integrino e si alimentino a vicenda. Sembra il sogno americano così come ce lo hanno raccontato in tanti, quello di Faulkneriana memoria, che vedeva nell'esaltazione dell'individualità e nel riconoscimento del suo potenziale altissimo l'unica e ragionevole possibilità di sviluppo della società.

Ed è un sogno, suggerisce oggi Bonsignore alla vigilia dell'avvio del nuovo master, «che è stato possibile coltivare nei Paesi di cultura anglosassone perché lì in assenza di codici cattolici hanno da sempre introiettato il concetto di profitto come valore neutro, mentre da noi è ancora avvertito con un senso di colpa».

A corredo di questa nuova filosofia d'azienda sembra indispensabile ridisegnare anche il profilo dei sindacati. «È per questo che», come annuncia Onorio Rosati della Cgil Lombardia, «Assoetica ha appena siglato un accordo con la Camera del lavoro per costruire un progetto in sinergia. Si tratterà di lavorare insieme per avere una visione nuova delle contrattazioni aziendali», aggiunge il sindacalista. Tanto più che a gennaio di quest'anno il ministro del Lavoro Roberto Maroni ha promesso bonus fiscali alle imprese che investono nel sociale assicurando che

questo tema sarebbe stato inserito fra le cinque priorità che il Governo avrebbe portato a Bruxelles nel semestre di presidenza italiana. E che, solo qualche settimana fa, la presidente dell'associazione dei Giovani industriali, Anna Maria Artoni, ha invitato tutte le imprese a dotarsi di un codice etico.

Sembra che tutte le energie di chi si occupa di produzione e lavoro, insomma convergano verso la stessa direzione. E non stupisce il fatto che tutto questo sia un processo produttivo. «Se l'etica conviene», si chiede il professor Emanuele Invernizzi, ordinario di economia e tecnica della comunicazione aziendale allo Iulm di Milano, «perché questo dovrebbe indignarci o preoccuparci? Ben venga, vorrà dire che a perseguire i principi e gli scopi saranno sempre più realtà produttive. L'importante è che si tratti di un'etica agita e non soltanto dichiarata. Sennò restiamo fermi alle vecchie politiche dell'immagine delle aziende che alla lunga non pagano più».

Ma non insospettisce questo improvviso buonismo di imprenditori e consumatori? «Perché dovrebbe insospettire?», conclude il professor Invernizzi, «in tutti i sistemi sociali ed economici è solo quando si raggiunge un certo benessere che si persegue un si-

Informazioni

Il primo Master in business ethics management in Italia, organizzato da Assoetica, partirà il 31 ottobre a Milano. Durerà 160 ore suddivise in 20 giornate di lavoro e finirà a giugno del 2004. È a numero chiuso, a partecipare saranno 26 persone e le figure professionali che si andranno a formare sono dei senior e degli junior con il compito di sorvegliare sulla corretta applicazione di un codice di valori etico all'interno delle aziende. Vedrà la partecipazione di un nutrito gruppo di docenti e di figure di rilievo come il filosofo Edgar Morin. Il corso è a pagamento per i senior, mentre sono previste delle borse di studio per i più giovani. Tutte le informazioni al sito www.assoetica.it o telefonando allo **Fax** 02.700.508.020.

stema di valori e una qualità della vita più alta. Succede così dappertutto e non stupisce che accada anche in Italia. E poi credo che ci siano delle tematiche oggi universalmente riconosciute come priorità mondiali. Penso a quelle che riguardano la tutela dell'ambiente. Qui non si tratta di andare a scomodare buonismi di facile lettura. Che tutto il mondo sia di fronte a un'emergenza inquinamento è un dato di fatto. E che questo sia un sentire introiettato da produttori e consumatori mi sembra tutto sommato naturale».

del'etica