

■ ■ **Impresa** Fa capolino una nuova figura professionale, si chiama ethics officer e ragiona col cuore

Quel plus che fa buone le aziende

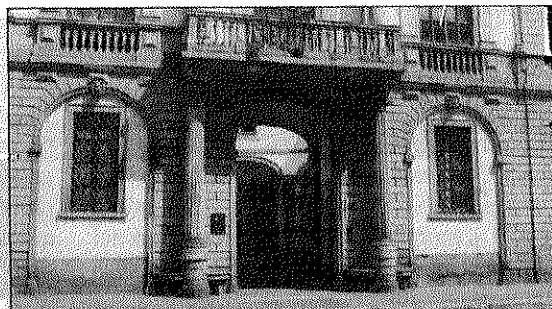
Bruno Monsignore (Assoetica) illustra come, dove e perché fare il primo master in business ethics management

di **Monia Ferrarese**

New entry nelle aziende italiane. Si chiama ethics officer, letteralmente responsabile dell'etica aziendale. Si tratta di una professione già molto diffusa nei paesi anglosassoni e in particolar modo negli Stati Uniti, dove è presente dal 35 al 40% delle grandi aziende. Sempre qui esiste un'associazione, l'Ethics officer association, fondata da Mike Hoffman nel 1991, che raccoglie oltre 250 membri in rappresentanza di circa 200 aziende. Il primo master in business ethics management in Italia, organizzato da Assoetica, associazione non profit nata a Milano circa due anni fa, che ha appena siglato un accordo con la Camera del lavoro per lavorare insieme a una nuova visione delle dinamiche e contrattazioni aziendali, inizierà a fine ottobre a Milano e terminerà a luglio. Si formeranno così, attraverso corsi di teoria e pratica, figure professionali di ethics officer ju-

nior e senior. Tra i relatori, nomi prestigiosi tra i quali Archie Carroll della Georgia University, titolare della cattedra di ethics business, Edgar Morin, Salvatore Veca, Carlo Pelanda, Serge Latouche, Jean Ziegler. «L'ethics officer», spiega Bruno Monsignore, presidente di Assoetica, «dovrà occuparsi di contribuire a varare il codice etico aziendale, una carta di valori che ne riflette l'immagine e le strategie, stendere un bilancio sociale e fare in modo che questi non rimangano solo una serie di principi sulla carta. Inoltre il suo ruolo prevede anche altri compiti come dirimere controversie e attriti all'interno dell'azienda o con i sindacati e occuparsi di eventuali casi di mobbing». Una delle funzioni primarie dell'ethics officer è di incoraggiare la presa di decisioni ispirate eticamente in ogni parte dell'organizzazione dell'impresa e di promuovere pro-

grammi per accrescere la consapevolezza etica in tutti i dipendenti. Il suo lavoro di comunicazione sarà duplice, rivolto da un lato all'interno, dall'altro all'esterno dell'azienda. L'ethics officer costituirà una figura di riferimento per tutelare il persona-



Informazioni

www.assoetica.it - Tel. 02875315

commerciali, pubblica amministrazione). I consumatori, per esempio, sempre più critici e attenti, anche attraverso operazioni di boicottaggio, chiedono alle aziende comportamenti socialmente responsabili e trasparenza. Ciò impone loro un atteggiamento etico in grado di conferire un valore aggiunto alla propria organizzazione. Così se la qualità eti-

ca può orientare un acquisto, l'etica aziendale deve rispondere a qualcosa di più del semplice evitare pratiche illegali, ma più vicino a una certa perdita di integrità morale. Ciò potrebbe costituire per le aziende la carta vincente: esse, migliorando la loro immagine all'esterno e qualificando il marchio, potrebbero riappropriarsi

di una fetta di mercato consistente, sempre più attenta a queste problematiche. E per giunta a fronte di un investimento moderato, ne ricaveranno un notevole ritorno in termini economici e di competitività. (riproduzione riservata)