

IMPRESE

Società, etica, ambiente

FEDERICO RAMPINI

Le imprese hanno un'anima? Se sì, possiamo fare in modo che sia buona? Il tema della responsabilità aziendale - etica, sociale, ambientale - si pone da decenni. Ha promesso molto e ha deluso spesso. Si è parlato anche di "coscienza aziendale", di "cultura aziendale", di "azienda-cittadina". Le Business School di tutto il mondo, a cominciare dalle americane e inglesi, hanno inserito questa componente nei curricula. La responsabilità d'impresa è diventata parte integrante del modello di business. Si è immaginato che l'organizzazione dell'impresa, il suo modus operandi quotidiano, incorporasse una vigilanza attiva per rispettare non solo il testo ma anche lo spirito delle leggi, gli standard etici della comunità, le normative internazionali, gli equilibri ambientali. Il mondo del business ha abbracciato un filone di pensiero del riformismo anglosassone - la Terza Via di Anthony Giddens, a suo tempo influente sul New Labour di Tony Blair e la presidenza di Bill Clinton - secondo cui la grande impresa non deve solo massimizzare il profitto a breve termine per i suoi azionisti. Deve anche guardare alla redditività di lungo periodo. Perciò è nel suo stesso interesse comportarsi da "buona cittadina". *(segue a pagina 5)*

Corporate social responsibility: la questione è sempre più sentita dai consumatori. Ora una normativa dell'Unione Europea la rende tema di grande attualità. La Repubblica ne discute in un convegno con esperti e aziende partner



Il business alla ricerca dell'anima



FEDERICO RAMPINI

Le imprese hanno un'anima? Se sì, possiamo fare in modo che sia buona? Il tema della responsabilità aziendale - etica, sociale, ambientale - si pone da decenni. Ha promesso molto e ha deluso spesso. Si è parlato anche di "coscienza aziendale", di "cultura aziendale", di "azienda-cittadina". Le Business School di tutto il mondo, a cominciare dalle americane e inglesi, hanno inserito questa componente nei curricula. La responsabilità d'impresa è diventata parte integrante del modello di business. Si è immaginato che l'organizzazione dell'impresa, il suo modus operandi quotidiano, incorporasse una vigilanza attiva per rispettare non solo il testo ma anche lo spirito delle leggi, gli standard etici della comunità, le normative internazionali, gli equilibri ambientali. Il mondo del business ha abbracciato un filone di pensiero del riformismo anglosassone - la Terza Via di Anthony Giddens, a suo tempo influente sul New Labour di Tony Blair e la presidenza di Bill Clinton - secondo cui la grande impresa non deve solo massimizzare il profitto a breve termine per i suoi azionisti. Deve anche guardare alla redditività di lungo periodo. Perciò è nel suo stesso interesse comportarsi da

"buona cittadina", curare il benessere di tutti gli "stakeholder", cioè le constituency legate al destino dell'azienda stessa: i suoi dipendenti, gli abitanti del vicinato, la qualità dell'ambiente in cui opera, la soddisfazione dei consumatori. Fin dall'inizio, questa visione conteneva un'ambiguità di fondo. Tutto l'impianto della responsabilità aziendale era orientato a promuovere un "auto-controllo" da parte del management, come un possibile sostituto di controlli esterni. Si alimentava la speranza che attraverso i suoi comportamenti virtuosi il management d'azienda rendesse superflui gli interventi dei sindacati o delle associazioni di consumatori, della magistratura o delle authority pubbliche.

Lo sforzo di incorporare un codice etico, sociale e ambientale nella "missione dichiarata" si è sviluppato soprattutto nelle imprese di maggiori dimensioni, tipicamente le multinazionali. Ha avuto uno sviluppo tanto più esteso nell'ultimo quarto di secolo, nella fase espansiva della globalizzazione. È stato incoraggiato dal mondo della comunicazione, a cominciare dai responsabili delle relazioni esterne, uffici stampa, consulenti d'immagine, relazioni pubbliche. Il codice di responsabilità aziendale è servito anche come guida per affrontare crisi d'immagi-

ne e danni alla reputazione. Alla fine, tracciando un bilancio oggi, è soprattutto questo a rimanere: una gigantesca operazione estetica che ha lavorato sull'apparenza molto più che sulla realtà. Il dibattito sulla responsabilità aziendale ha coinciso con il dilagare di una crescente irresponsabilità.

L'ultimo quarto di secolo in tutto l'Occidente è segnato dalle gesta di oligarchie manageriali sempre più auto-referenziali, avidi, distruttive, avulse dai propri doveri di cittadinanza. L'elenco è troppo lungo per redigerlo in modo sistematico, ma bastano pochi esempi. Abbiamo avuto interi settori industriali decimati dalle delocalizzazioni, con i chief executive orgogliosi di essere dei "tagliatori di teste". Con le delocalizzazioni si sono impoverite intere popolazioni dei Paesi industrializzati, mentre gli stipendi dei chief executive schizzavano verso la stratosfera. I top manager hanno praticato l'elusione fiscale sfacciatamente, depau-



perando le casse di quegli stessi Stati che li avevano sussidiati con aiuti pubblici di varia natura.

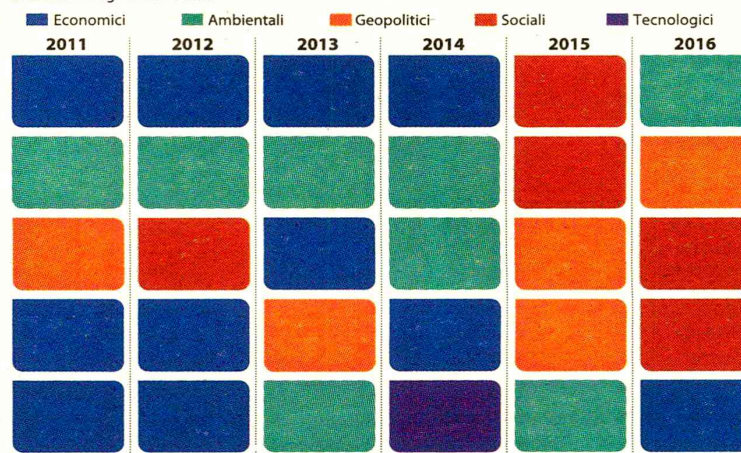
Il mondo bancario si è distinto per comportamenti degni della storia della pirateria, distruggendo ricchezza e scatenando la più grave crisi dopo la Grande Depressione. Il disastro Deepwater Horizon nel Golfo del Messico ha avuto come protagonista una compagnia petrolifera che aveva un codice di responsabilità ambientale teoricamente molto avanzato. Il Dieselgate che ha colpito Volkswagen, così come il caso Thyssen in Italia, ha dimostrato che

anche il "modello tedesco" era un'impostura. Alla fine, i codici di responsabilità avranno arricchito un po' di esperti delle relazioni pubbliche. Un bilancio a dir poco modesto.

La responsabilità
d'impresa
può far diventare
più competitivi.
I buoni propositi
però sono ancora
lontani dalla realtà

I RISCHI PERCEPITI A LIVELLO MONDIALE

Evoluzioni degli ultimi 6 anni



FONTE: GLOBAL RISK REPORT 2016 - WORLD ECONOMIC FORUM

VINCE LA PAURA DEL CLIMA L'indagine viene realizzata intervistando 750 esperti del mondo imprenditoriale e accademico, della pubblica amministrazione e della società civile. Al primo posto tra i rischi percepiti quest'anno c'è il cambiamento climatico





COSTI E BENEFICI

Sopra, la piattaforma Deepwater Horizon in fiamme nel Golfo del Messico nel 2010. Di proprietà della British Petroleum, gruppo dotato di un codice di responsabilità ambientale avanzato, ha provocato un disastro di gravità incalcolabile. Sotto, un'area relax nella sede Youtube a San Bruno, in California

