

Creaimpresa

Associazione per la diffusione della Cultura d'Impresa

“Incontri nazionali del Gran Sasso d'Italia”

Economia ed Etica Appuntamento annuale

L'Aquila e Gran Sasso - giovedì 8 e Venerdì 9 settembre 2005.

I[^] edizione

Sintesi dell'intervento di

Mons. Paolo Tarchi

Direttore

Ufficio nazionale per i problemi sociali e il lavoro della CEI

Aquila 9 settembre 2005

1. Una storiella sul “darsi da fare”

Comincerò leggendovi questa storiella ricevuta per e-mail, tra i tanti messaggi che si ricevono ogni giorno tramite la posta elettronica.

Un disoccupato sta cercando lavoro come uomo delle pulizie alla Microsoft. L'addetto del dipartimento del personale gli fa fare un test (scopare il pavimento), poi lo intervista e alla fine gli dice: “Sei assunto, dammi il tuo indirizzo di e-mail, così ti mando un modulo da riempire insieme al luogo e alla data in cui ti dovrai presentare per iniziare”.

L'uomo, sbigottito, risponde che non ha il computer né tanto meno la posta elettronica. Il responsabile del personale gli risponde che, se non ha un indirizzo e-mail, significa che virtualmente non esiste e quindi non gli possono dare il lavoro.

L'uomo esce, disperato, senza sapere cosa fare e con solo 10 \$ in tasca. Decide allora di andare al supermercato e comprare una cassa di 10 Kg di pomodori. Vendendo porta a porta i pomodori, in meno di due ore riesce a raddoppiare il capitale e, ripetendo l'operazione altre tre volte, si ritrova con 160 \$.

A quel punto, realizza che può sopravvivere in quella maniera. Parte ogni mattina più presto di casa e rientra sempre più tardi la sera, e ogni giorno raddoppia o triplica il capitale. In poco tempo si compra un carretto, poi un camion e in un batter d'occhio si ritrova con una piccola flotta di veicoli per le consegne.

Nel giro di cinque anni il tipo è proprietario di una delle più grandi catene di negozi di alimentari degli Stati Uniti. Allora pensa al futuro e decide di stipulare una polizza sulla vita per lui e la sua famiglia. Contatta un assicuratore, sceglie un piano previdenziale e quando alla fine della discussione l'assicuratore gli chiede l'indirizzo e-mail per mandargli la proposta, lui risponde che non ha il computer né l'e-mail.

“Curioso – osserva l'assicuratore – avete costruito un impero e non avete una e-mail. Immaginate cosa sareste se aveste avuto un computer!”. L'uomo riflette e risponde: “Sarei l'uomo delle pulizie della Microsoft!”.

Morale n. 1: Internet non ti risolve la vita. Morale n. 2: Se vuoi essere assunto alla Microsoft, cerca di avere una e-mail. Morale n. 3: Anche se non hai una e-mail ma lavori tanto, puoi diventare miliardario. Morale n. 4: Se hai ricevuto questa storia via e-mail, hai più possibilità di diventare uomo delle pulizie che miliardario.

Fra i molti stimoli che la storiella offre vorrei sottolineare l'idea del “darsi da fare”, ovvero dell'essere attivi e imprenditori di se stessi. E' una sottolineatura oggi molto presente anche negli interventi di orientamento rivolti ai giovani che si affacciano al mondo del lavoro. Dobbiamo però essere consapevoli che l'invito a “darsi da fare” e all'autonomia rischia di suonare retorico e astratto, se non ci si pone il problema dei requisiti e delle condizioni di partenza, che non tutti possiedono in pari misura.

2. L'impresa oltre il profitto

L'impresa è un soggetto sociale radicato nella società civile. Ruolo principale è creare valore e ricchezza. Dunque il profitto è un indicatore importante. In questo senso nel perseguire il profitto si può parlare di etica, cioè di comportamento morale virtuoso.

La parola profitto viene dal latino proficere: progredire, giovare, profectum: vantaggio, progresso; fr. Profit

Questa parola è stata spesso accostata agli aspetti più negativi dell'agire umano a tal punto che è diventato sinonimo di egoismo, avidità, individualismo.

C'è una frase che il prof. Stefano Zamagni ripete spesso ed attribuita al francescano s. Bernardino da Siena (Massa Marittima, 1380; L'Aquila, 20 maggio 1444): “L'elemosina aiuta a sopravvivere non a vivere, perché vivere vuol dire produrre e l'elemosina non aiuta a produrre”. Questo l'hanno detto i francescani come conseguenza della regola di Francesco, Santo dei poveri. Il vero gesto di carità non è l'elemosina, perché l'elemosina aiuta a sopravvivere. Vivere vuol dire produrre, la vera carità è dare a tutti la possibilità di partecipare al bene comune. Ecco perché inventano l'economia di mercato.

Altrettanto interessanti su questo versante economico sono le riflessioni del vescovo domenicano di Firenze Antonino Pierozzi (Firenze, 1389-1459).

Tuttavia il profitto come ci ricorda la CA35 è condizione necessaria e non sufficiente per un'etica dell'impresa e nell'impresa.

”La Chiesa riconosce la giusta funzione del profitto, come indicatore del buon andamento dell'azienda: quando un'azienda produce profitto, ciò significa che i fattori produttivi sono stati adeguatamente impiegati ed i corrispettivi bisogni umani debitamente soddisfatti. Tuttavia, il profitto non è l'unico indice delle condizioni dell'azienda. È possibile che i conti economici siano in ordine ed insieme che gli uomini, che costituiscono il patrimonio più prezioso dell'azienda, siano umiliati e offesi nella loro dignità. Oltre ad essere moralmente inammissibile, ciò non può non avere in prospettiva riflessi negativi anche per l'efficienza economica dell'azienda. Scopo dell'impresa, infatti, non è semplicemente la produzione del profitto, bensì l'esistenza stessa dell'impresa come comunità di uomini che, in diverso modo,

perseguono il soddisfacimento dei loro fondamentali bisogni e costituiscono un particolare gruppo al servizio dell'intera società. Il profitto è un regolatore della vita dell'azienda, ma non è l'unico; ad esso va aggiunta la considerazione di altri fattori umani e morali che, a lungo periodo, sono almeno egualmente essenziali per la vita dell'impresa”(CA35).

3. Dall'impresa irresponsabile alla responsabilità sociale dell'impresa

Luciano Gallino in un suo recente saggio definisce “irresponsabile un'impresa che aldilà degli elementari obblighi di legge suppone di non dover rispondere ad alcuna autorità pubblica e privata, né all'opinione pubblica, in merito alle conseguenze in campo economico, sociale e ambientale delle sue attività”.

Un altro fenomeno di impresa irresponsabile è quello che va sotto il nome di “finanziarizzazione” dell'economia, termine con il quale, sostanzialmente, si evidenzia il superamento della strumentalità della finanza rispetto all'economia reale, all'economia produttiva, giungendo addirittura ad un ribaltamento della situazione. La finanza diventa in qualche modo egemone ed è legittimata addirittura ad asservire alle proprie esigenze di produrre denaro attraverso denaro, le dinamiche dell'attività economica reale. Si possono al riguardo ricordare le conseguenze dei casi Enron e Parmalat.

Fondamentale è quindi ricostruire un equilibrato rapporto di strumentalità della finanza rispetto all'economia reale e ricondurre il più possibile la finanza ad una prospettiva di lungo periodo. Se la finanza vuole essere al servizio dello sviluppo soprattutto di imprese e delle altre organizzazioni che partecipano alla crescita economica e sociale – si pensi alle pubbliche amministrazioni ed agli enti non profit - è fondamentale che operi soprattutto sul lungo periodo. C'è una definizione di finanza d'impresa di uno studioso americano molto appropriata, ed è “la finanza d'impresa è lo strumento che permette agli imprenditori di aver tempo di imparare a fare il loro mestiere o di imparare a fare mestieri nuovi”. Dare tempo alle imprese ed

alle altre organizzazioni di apprendere, cioè di portare a efficienza una nuova attività. Quindi una finanza paziente, non ossessionata dalle performances di breve periodo, dagli andamenti trimestrali. Una finanza che valuta le aziende per le loro prospettive future, non per la loro “contendibilità”.

Il tema della responsabilità sociale dell'impresa è divenuto in questi ultimi anni di grande attualità in ambito europeo ed anche italiano (Strategia di Lisbona 2002, Libro verde sulla RSI luglio 2001).

L'espressione Responsabilità Sociale dell'Impresa traduce dall'inglese Corporate Social Responsibility, dove l'aggettivo “corporate” non corrisponde però con precisione all'italiano. Infatti “impresa” è un sostantivo che si applica a qualsiasi forma di attività economica condotta da un agente (imprenditore) che rischia in proprio, mentre l'aggettivo “corporate” si applica a quella particolare forma d'impresa che è la “corporation”, ossia in italiano la grande impresa capitalistica. In realtà, è proprio questa che si è fin da subito allontanata da quella “naturale” responsabilità sociale che le varie altre forme d'impresa (artigianali, civili, cooperative, pubbliche) hanno sempre dimostrato. La sua stessa dimensione, insieme con la cosiddetta “organizzazione scientifica del lavoro”, ossia la catena di montaggio, hanno contribuito a rendere la gerarchia di comando sempre più estranea non solo ai lavoratori che eseguono, ma anche al contesto territoriale che ospita la grande impresa.

Il primo tentativo messo in opera dalla grande impresa per farsi “perdonare” di un comportamento così “disumano” è stato quello della filantropia. Già dai primi del Novecento si vedono negli Stati Uniti grandi magnati che avevano accumulato ingenti fortune sfruttando i loro lavoratori al limite della sopportazione fisica lasciare una parte notevole delle loro fortune a fondazioni non profit con scopi di solidarietà sociale o di incremento della cultura, della ricerca, dell'arte. Questa formula si basava – e ancora oggi si basa, perchè viene ancora utilizzata! – sulla logica dei due tempi: il

primo è quello della massimizzazione del profitto nella produzione, con tutti gli accorgimenti possibili per elevare l'efficienza, anche a costo della salute psico-fisica dei lavoratori; il secondo è quello della redistribuzione di parte dei profitti attraverso l'imposizione, e quindi la mano pubblica, e/o attraverso le fondazioni private. Questa logica dei due tempi riceve ancora oggi grande credito, anche se sono sempre più numerose le denunce della sua insostenibilità, oltre che della sua profonda contraddittorietà.

. A rivoltarsi furono in primo luogo i lavoratori, che attraverso la formazione di sindacati e l'uso dell'arma dello sciopero hanno costretto gli imprenditori a rendere più accettabile il lavoro in fabbrica e ad aumentare i salari in una qualche proporzione con l'aumento della produttività. In pochi paesi (Germania soprattutto), si è affermata anche la cogestione, che, portando alcuni rappresentanti dei lavoratori nei consigli di sorveglianza delle imprese, ha permesso una maggiore condivisione delle strategie della grande impresa. Ma, in generale, l'azione collettiva dei sindacati non ha potuto riportare nell'impresa la sensibilità e il rispetto delle dignità umana nelle molteplici relazioni dell'impresa fuori dal luogo di lavoro.

In tempi più recenti, anche i consumatori hanno tentato di reagire con campagne di boicottaggio nei confronti di prodotti di multinazionali che molto evidentemente violavano i diritti umani più fondamentali, sfruttando lavoro minorile e in generale sottopagando i propri addetti nei paesi sottosviluppati. Infine, si sono viste numerose comunità locali mobilitate per impedire delocalizzazioni selvagge con pressioni politiche e di popolo sulle multinazionali che oggi spostano i loro impianti da un giorno all'altro secondo le convenienze finanziarie, senza riguardo alla disoccupazione che improvvisamente creano nei luoghi dove tradizionalmente gli impianti erano localizzati.

E' a questo punto, in risposta alle rivolte dei consumatori e al rigetto nei confronti della grande impresa che si sta imponendo un diverso modo di governare la grande impresa, basato su un ritorno all'etica: etica degli affari, responsabilità sociale dell'impresa, in cui si dovrebbe superare la logica dei due tempi. Secondo questo nuovo approccio, e' già nella fase della produzione che si devono osservare certi

principi etici, dichiarati esplicitamente in “carte dei valori”; questo costituisce un vincolo rispetto alla distribuzione dei profitti agli azionisti, i quali poi continueranno ad essere liberi di destinare parte di tali profitti anche ad attività di filantropia, senza però che l'azione liberale di dono debba essere vista come un'inaccettabile riparazione di danni generati dalla fase della produzione.

Se questo passaggio dalla filantropia alla RSI può essere senz'altro considerato positivamente, i problemi che esso solleva sono molteplici. Innanzitutto occorre capire fino a che punto è possibile indurre comportamenti etici senza creare virtù, ossia disposizioni interiori a comportarsi eticamente per convinzione in maniera ripetuta. Se i comportamenti etici sono visti solo in una funzione meramente strumentale (posti in opera, cioè, solo per rendere l'impresa accettabile ai lavoratori, ai consumatori, ai fornitori etc. e quindi per fare più profitti!), non vi è da un lato alcuna coerenza teorica, mentre dall'altro lato viene a mancare qualunque garanzia che questi stessi comportamenti siano sostenibili nel tempo.

Oggi la RSI viene declinata con successo soprattutto da imprese cooperative e del terzo settore, che hanno trovato in essa un modo esplicito per razionalizzare ed esprimere in maniera chiara quello che già stavano facendo, ossia un modo di fare impresa intrinsecamente attento al rispetto della dignità umana in tutti i collaboratori alla produzione e anche nei clienti. Per queste imprese, la RSI non è un vincolo, ma il fine stesso della loro azione.

4. le virtù dell'imprenditore

Giovanni Paolo II ha scritto il 3 marzo 2004 ai partecipanti alla Conferenza organizzato dal Pontificio Consiglio per la Giustizia e la Pace dal titolo “*L'imprenditore: responsabilità sociale e globalizzazione*”:

“È mia speranza che la Conferenza diventi una fonte di ispirazione e di rinnovato impegno per gli imprenditori cristiani nei loro sforzi di testimoniare i valori del

Regno di Dio nel mondo del commercio. Il loro lavoro, in effetti, è radicato nel dominio e nella gestione della terra che Dio ha affidato all'uomo (cfr Gn 1, 27), e trova particolare espressione nella promozione di iniziative economiche creative con un grande potenziale di recare beneficio agli altri e sollevare il loro livello di vita materiale. Poiché «nessuna attività umana, neanche in materia temporale, può essere sottratta al dominio di Dio» (Lumen gentium, n. 36), i cristiani a cui sono affidate delle responsabilità nel mondo degli affari sono sfidati a unire la legittima ricerca del profitto a una sollecitudine più profonda perché si diffonda la solidarietà e venga eliminata la piaga della povertà, che continua ad affliggere tanti membri della famiglia umana.

Poiché la ricerca del profitto non è l'unico fine di tale attività, il Vangelo sfida gli imprenditori e le imprenditrici a esprimere rispetto sia per la dignità sia per la creatività dei loro dipendenti e dei loro clienti, nonché per le esigenze del bene comune. A livello personale, essi sono chiamati a sviluppare virtù importanti come «la diligenza, la laboriosità, la prudenza nell'assumere i ragionevoli rischi, l'affidabilità e la fedeltà nei rapporti interpersonali, la fermezza nell'esecuzione di decisioni difficili e dolorose» (Centesimus annus, n. 32). In un mondo tentato da visioni consumistiche e materialiste, gli imprenditori sono chiamati ad affermare la priorità dell'«essere» sull'«avere».

...le guide cristiane, anche in ambito commerciale, sono sfidate a dare testimonianza della forza liberatrice e trasformatrice della verità cristiana, che ci ispira a mettere i nostri talenti, le nostre risorse intellettuali, le nostre capacità persuasive, la nostra esperienza e la nostra abilità al servizio di Dio, del prossimo e del bene comune della famiglia umana.”