

Matrici etiche di impresa

Pier Francesco Guarguaglini

Forse mai come oggi il tema dell'etica nel mondo della finanza e dell'economia è di attualità e oggetto di discussione: la tutela dell'ambiente, le agitazioni sociali e soprattutto la recente crisi economico-finanziaria internazionale spingono a un profondo ripensamento del ruolo delle imprese – e delle banche – nella società: accanto alla creazione di ricchezza, che è e deve rimanere centrale nella missione aziendale, risulta sempre più chiara ed evidente la necessità di una vera e condivisa responsabilità.

Senza bisogno di scomodare le teorie sulla «Responsabilità sociale di impresa», basta notare che l'esercizio di una responsabilità autentica verso la società da parte degli operatori economici e finanziari è perfettamente compatibile con la ricerca del profitto nel lungo periodo e, di conseguenza, con la competitività dell'azienda, in quanto garantire il rispetto delle aspettative di tutti i soggetti coinvolti – ciascuno secondo il proprio ruolo – anche se può richiedere dei costi e dei sacrifici nel breve periodo, in realtà favorisce la massimizzazione del valore dell'impresa.

La discrezionalità delle imprese nell'attivare percorsi di responsabilità sociale varia da caso a caso, e tuttavia, perché possa costituire una fonte di vantaggio competitivo, deve essere parte integrante della strategia aziendale. Ogni impresa, in relazione alle proprie caratteristiche, può individuare le modalità di intervento più corrette e coerenti con la propria identità e raggiungere un equilibrio tra il profitto e una appropriata attenzione alla qualità e alla sostenibilità dello sviluppo.

Infatti, ai costi immediati che possono derivare da un atteggiamento responsabile nella conduzione del proprio business, si affiancano molteplici benefici, particolarmente nell'ambito delle risorse intangibili, che sono forse difficilmente misurabili, ma non per questo meno importanti di quelle tangibili nella generazione di reddito futuro.

Innanzitutto, ne deriva il miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale, che è uno dei principali fattori critici di successo delle imprese. Una condotta responsabile contribuisce moltissimo al consolidamento della reputazione di un'azienda e al miglioramento della sua immagine consentendo migliori relazioni con gli *stakeholders* che si traducono in un rafforzamento del patrimonio intangibile dell'impresa e in una potente leva di differenziazione rispetto alla concorrenza.

Inoltre, una gestione responsabile consente una più efficace gestione del rischio di impresa. Infatti, l'adozione di comportamenti socialmente responsabili permette alle imprese di gestire in modo più consapevole – e in molti casi di prevenire – molteplici rischi, da quelli di portata limitata a quelli con un forte impatto negativo, come, per esempio, i disastri ambientali, i quali possono compromettere irrimediabilmente l'operatività, la credibilità e l'immagine. Non solo «comportarsi bene» non implica una rinuncia a quote di profitto, ma rafforza le opportunità di successo nel medio periodo: la responsabilità fornisce elementi di informazione e di conoscenza che aiutano a individuare aree di rischio altrimenti inafferrabili.

Un altro beneficio consiste nel miglioramento delle relazioni con le istituzioni finanziarie. Una riconosciuta responsabilità può rendere più agevole il reperimento di fonti di finanziamento, soprattutto in tempi di crisi come quelli attuali. Sempre di più le istituzioni finanziarie ricorreranno a criteri di valutazione basati su valori intangibili, nella convinzione che il modo in cui le imprese gestiscono il loro rapporto con il contesto in cui operano influenzi la loro capacità di creare valore. Non tanto perché esista una correlazione immediata tra responsabilità e profitto, ma piuttosto perché ci si può «fidare» di più di un'azienda che si preoccupa della sostenibilità del proprio business.

Inoltre, è ormai assodato che una più efficiente gestione delle risorse naturali comporta una riduzione dei costi. L'esperienza dimostra che molte imprese hanno saputo coniugare, nel tempo, il miglioramento della gestione delle risorse naturali con un incremento dell'efficienza e una contestuale riduzione dei costi. Iniziative volte alla riduzione degli sprechi e delle emissioni, alla riutilizzazione dei materiali, al riciclaggio e all'abbattimento dei consumi idrici ed elettrici sono tutti fattori che contribuiscono a una crescita della redditività e della competitività.

Infine, una gestione responsabile del capitale umano, che si concretizza in una particolare attenzione alla formazione continua e al coinvolgimento diretto delle persone, permette di sviluppare nuove competenze e abilità: i dipendenti si sentono maggiormente partecipi della vita dell'azienda e così aumenta anche la loro personale responsabilità.

A questo punto, appare chiaro che la creazione di valore, che è e resta il fine ultimo di ogni impresa, se perseguita secondo i principi detti sopra, si riflette positivamente e in modo naturale anche agli altri *stakeholders*: i clienti, ai quali vengono messi a disposizione prodotti di eccellenza; i fornitori, che vengono coinvolti in un processo virtuoso di crescita e di miglioramento delle performance; i dipendenti, che si trovano a operare in una azienda competitiva; e, più in generale, la società stessa, da cui l'impresa ottiene risorse, beni e servizi e a cui restituisce beni e servizi di altro genere, sotto forma di profitti, salari e – non meno importante – patrimonio tecnologico.

Uno dei principali strumenti che le imprese possiedono per incrementare la ricchezza nazionale è proprio la loro capacità di produrre tecnologia e innovazione. L'incremento del livello tecnologico e del patrimonio innovativo di un'impresa concorre non solo ad aumentarne la competitività e, dunque, la possibilità di generare valore per i propri azionisti, ma anche a far crescere la dotazione tecnologica dell'intero tessuto industriale e, di conseguenza, del paese in cui l'impresa opera.

Questa è la strada intrapresa da Finmeccanica, che ha fatto della tecnologia e dell'innovazione uno dei capisaldi della propria crescita, investendo ogni anno circa il 15 per cento del proprio fatturato in attività di ricerca e sviluppo. I

risultati di queste attività non solo contribuiscono ad aumentare la competitività delle aziende operative, ma migliorano la professionalità dei dipendenti e contribuiscono in modo significativo al trasferimento tecnologico verso le piccole e medie imprese che operano come fornitori e partner industriali.

(Pier Francesco Guarguaglini, presidente e amministratore delegato di Finmeccanica)