

Il futuro della serietà morale

Umberto Paolucci

Quarant'anni fa l'economista italiano Giancarlo Pallavicini introdusse il concetto in base al quale l'attività di impresa, pur mirando al profitto, dovrebbe esser valutata anche con parametri di tipo sociale. A quell'epoca si trattava di un principio estremamente innovativo e, non a caso, a metà degli anni Ottanta il Governo sovietico nominò Pallavicini primo consulente occidentale per la Perestroika e, successivamente, quello della Federazione Russa lo inserì nel Comitato statale per la riforma dell'economia.

Il tema della responsabilità sociale di impresa (o «Corporate Social Responsibility» – CSR) fu poi ripreso e sviluppato nel saggio di Robert Edward Freeman *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, pubblicato a Londra nel 1984, in cui l'autore spiega che essere un'impresa socialmente responsabile significa in sostanza tener conto non solo dei parametri economici della gestione, ma anche dell'ambiente e del contesto sociale nel quale l'impresa è inserita. Alla terminologia corrente non corrisponde ancora una definizione univoca. Spesso si parla di etica di impresa o di cittadinanza aziendale, come da noi in Microsoft, e di altri argomenti correlati, quali, per esempio, quello dello sviluppo sostenibile.

Ciò che è certo è che un'impresa che adotti un comportamento socialmente responsabile, monitorando e rispondendo alle aspettative economiche, ambientali, sociali di tutti i portatori di interesse coglie anche l'obiettivo di conseguire un vantaggio competitivo e di massimizzare gli utili di lungo periodo. Un risultato non di poco conto nel contesto economico attuale. Nel mondo del lavoro il concetto di etica assume una duplice valenza a seconda che si riferisca all'attività di impresa o alla prestazione del lavoratore e, a mio avviso, entrambe le valenze dovrebbero convivere in equilibrio per un corretto funzionamento dell'impresa.

In accordo alla prima valenza, l'elevazione sociale ed economica collettiva rappresenta l'elemento etico da salvaguardare quale fine ultimo a cui deve tendere il sistema economico complessivo, nel rispetto e, anzi, a tutela e garanzia del profitto individuale.

In questo contesto, in Microsoft abbiamo una tradizione che ci vede molto sensibili verso la promozione di una società progressiva e inclusiva, moderna e aperta, con particolare riferimento verso il ruolo positivo che la tecnologia informatica può avere per consentire a tutti di lavorare alla costruzione del proprio futuro, attraverso la conoscenza e con i più moderni strumenti di comunicazione e accesso all'informazione. Il senso di questo impegno riguarda anche e soprattutto la realtà nazionale e locale.

Sono moltissimi i programmi di Microsoft Italia rivolti al sociale, tutti in collaborazione con moltissime Onlus grandi e piccole attive sul nostro territorio. Essi spaziano dall'impegno per l'inclusione degli anziani, con corsi gratuiti mirati alla loro alfabetizzazione informatica, alla promozione della sicurezza su Internet dei minori, dall'accesso a nuove opportunità lavorative da parte dei segmenti di popolazione più sfortunati, sempre con l'ausilio della tecnologia, all'impegno per le pari opportunità e per un mondo nuovo delle donne nella società, fino alla promozione della digitalizzazione delle opere d'arte per diffonderne e preservarne il valore. Ancora, siamo impegnati in favore dell'innovazione nelle piccole e medie aziende italiane, con programmi gratuiti di accesso al credito, formazione e sviluppo di nuova imprenditorialità – particolarmente utili in questo periodo storico –, nello sviluppo delle aziende del settore informatico e in generale nella crescita dell'economia del software in Italia e anche nella progressiva modernizzazione della Pubblica amministrazione, con progetti-pilota che stanno partendo in tutta Italia, senza oneri a carico dello Stato.

In Microsoft rivolgiamo una particolare attenzione anche al mondo delle università, che oltre a costituire il luogo principe di creazione, diffusione ed elaborazione della cultura e della scienza, rappresenta per noi un potenziale attore di trasformazione del business, in special modo quello delle piccole e medie imprese, che in Italia ha grande necessità di essere innovato.

Mi pare importante sottolineare che la responsabilità sociale non avviene per miracolo: essa passa necessariamente attraverso le persone, che vanno coinvolte nei comportamenti e nelle prassi.

In Microsoft, per esempio, buona parte dei colleghi sono fortemente impegnati in iniziative sociali che loro stessi scelgono secondo le loro affinità e le loro competenze, attraverso un programma strutturato di volontariato aziendale.

Guardando invece alla seconda valenza, quella del singolo, il ragionamento sull'etica deve essere inquadrato in una prospettiva diversa.

L'etica per il lavoratore, infatti, assume importanza in relazione a una effettiva e precedente applicazione dei principi etici al funzionamento del sistema di impresa.

In questo contesto, mi è naturale il collegamento alla figura di Bill Gates, la cui filosofia poggia sul lavoro, sulla coscienza, sul grande spirito di adattamento ai cambiamenti, sull'eccellenza.

La cultura che ispira Microsoft discende proprio dal sistema valoriale di Bill: innanzitutto l'enfasi sulla centralità delle persone, che esalta i principi di delega, e il grande ruolo affidato ai *commitment* individuali, che valorizzano il contributo intellettuale del singolo. Inoltre, una grande attenzione agli aspetti motivazionali, l'importanza data al lavoro di team, la promozione di una filosofia della serietà, della puntualità e della legalità, mai date per scontate, e l'orientamento al risultato, al miglioramento continuo e a una sempre maggiore flessibilità. Infine, un grande impegno per la valorizzazione della diversità, elemento fondante del nostro codice etico.

Proprio a questo proposito, sebbene negli ultimi due anni il numero di donne in Microsoft in Italia sia cresciuto dal 24 per cento fino a sfiorare il 30 per cento, è nostra precisa volontà incrementare ulteriormente l'inserimento di personale femminile, soprattutto per quanto riguarda le figure tecniche e specialistiche. Per realizzare il potenziale femminile si sta lavorando su più fronti, che possono essere ricondotti alle molteplici tappe della vita personale e professionale di ogni donna. La particolare attenzione all'inserimento di neolaureate, gli investimenti nella formazione, la focalizzazione sui percorsi di carriera delle donne, la facilitazione del part-time e l'apertura a forme di lavoro flessibili come l'*homeworking*, sono alcune delle iniziative volte a coniugare la gestione degli impegni professionali con la vita personale che stiamo mettendo in atto qui in Microsoft Italia. Il settore It è da sempre considerato maschile e quindi iniziare a lavorare sul nostro mondo ci è sembrata una forma di coerenza. Sono convinto che una maggiore presenza e valorizzazione del ruolo delle donne nei diversi ambiti lavorativi possa arricchire i momenti aziendali quotidiani con contributi personali e professionali innovativi, dando grande valore aggiunto al business e contribuendo alla creazione di una cultura aziendale realmente aperta, più ricca e sfaccettata.

In tempi complessi come quelli in cui viviamo oggi, nei quali la redditività del business è l'imperativo delle imprese e del sistema-Paese, paradossalmente lo sviluppo di pratiche socialmente responsabili può rappresentare un modello di agire economico più avanzato, capace di produrre benefici tangibili all'impresa stessa e agli individui che ne fanno parte. La responsabilità sociale di impresa è, infatti, un potente stimolo per la competitività.

Ne è convinta anche l'Unione europea, che al tema ha dedicato parte del «Rapporto 2008 sulla Competitività», in cui viene messo in evidenza l'effetto positivo, in misura diversa, della *Corporate Social Responsibility* sui costi strutturali, sulle risorse umane, sulla percezione da parte del consumatore, sull'innovazione e, infine, sulle performance finanziarie. Anche una ricerca recente, promossa da una società di «head hunting» e condotta su di un centinaio di manager delle risorse umane di aziende medio grandi in Italia, testimonia l'importanza della responsabilità sociale per costruire relazioni di lungo termine con i clienti (95 per cento), per favorire un clima positivo in azienda (94 per cento) e, infine, per contribuire ad attirare i migliori talenti (86 per cento).

In questo contesto, non è un caso che Microsoft Italia sia da sei anni ai primi tre posti della graduatoria delle migliori aziende del nostro Paese in cui lavorare, secondo l'istituto Great Place to Work, un network di società di consulenza manageriale, le cui ricerche si sono fondate anche sulla base di una «pagella» stilata da molti colleghi e si basano sul principio che la qualità di un ambiente organizzativo è data dalle relazioni dell'individuo con tre componenti dell'organizzazione: il management aziendale, il lavoro svolto e i colleghi.

Una riflessione conclusiva: per essere davvero efficace, la responsabilità sociale necessita di essere inserita nella strategia di business dell'impresa e non può essere lasciata a se stessa. Mai come ora siamo tutti chiamati a dar prova di saper recuperare credibilità e fiducia elaborando strategie e azioni ispirate a principi di responsabilità sociale che incidano sull'operatività quotidiana.

Essere da tanti anni ai vertici della classifica italiana, cui facevo cenno, è motivo di orgoglio ed è anche una responsabilità.

In un momento congiunturale non tra i più favorevoli, l'innovazione può dare un contributo positivo allo sviluppo della società italiana.

Microsoft è in molti sensi il simbolo dell'innovazione e un modello da seguire, avendo una missione centrata sul ruolo delle persone e sull'effetto magico del software, che tutti noi portiamo sul mercato con passione per i clienti e i partner e con grande senso di responsabilità.

(Umberto Paolucci, vice presidente di Microsoft Corporation e senior chairman di Microsoft EMEA)