



## MASSIMILIANO PONTILLO

Vice Presidente e Amministratore Delegato

EDITORIALE LA NUOVA ECOLOGIA



Communication Community Member

Tra gli Autori di: *StruMenti per Comunicare* vol. 1 edito da Comunicazione Italiana

OPINION LEADER



### AREA: EDITORIA

EDITORIALE  
ECOLOGIA

#### La responsabilità sociale delle imprese

*"L'economia è scienza che si dedica al bene umano. Certo esso è desiderabile anche quando riguarda una sola persona; ma è più bello e più divino se riguarda un popolo e la città."*

Aristotele, Politica

La questione della dimensione etica e sociale delle imprese, oltre a quella economica e giuridica, non è affatto nuova. Sin dall'inizio del secolo scorso ci si interroga su quale sia lo scopo di un'azienda. Secondo la teoria neoclassica di Milton Friedman "l'impresa è di proprietà di un gruppo di investitori che mettono insieme le proprie risorse volontariamente al fine unico di raggiungere un aumento della loro ricchezza". Un'altra tesi, che fa capo agli economisti Freeman ed Evan, stabilisce che "i poteri del management debbano essere usati a beneficio del-

l'intera comunità, oltre che per il profitto degli azionisti o dei proprietari". Il fondamento morale di tale pensiero risiede nel principio kantiano del rispetto delle persone (e di tutti gli stakeholder) come fini in sé, e non come mezzi per qualche fine.

Entrambe le posizioni non sono interamente incompatibili; nell'una il manager tratterà bene gli stakeholder al solo scopo di ricavarne un profitto; nell'altra perché è la cosa giusta da fare.

Più recentemente, a partire dagli anni '70, tale dibattito, in particolare con riferimento alle posizioni più propense a considerare la responsabilità sociale d'impresa come un dovere morale, ha avuto un notevole riscontro nel diritto internazionale, generando un gran numero di atti e documenti: dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro all'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, dall'Onu alla Commissione Europea, che con il Libro Verde

(2002) definisce la responsabilità sociale dell'impresa come "l'integrazione su base volontaria dei problemi sociali e ambientali delle imprese nelle loro attività commerciali e nelle loro relazioni con le altre parti"; lanciando un appello, tra l'altro, affinché si mettano in campo politiche attive di sostegno delle buone pratiche anche e soprattutto nelle aziende di piccole e medie dimensioni.

E' indubbio che la mission dell'impresa è quella di generare profitti, ma al contempo si può contribuire ad obiettivi sociali e alla tutela dell'ambiente, integrando la responsabilità sociale come investimento intrinseco e strategico.

Le prassi socialmente responsabili rilevanti di una azienda dovrebbero riguardare: a) una corretta gestione delle risorse umane e il rispetto dei diritti umani; b) la salute e la sicurezza dei lavoratori; c) la riduzione dei consumi delle risorse o delle emissioni inquinanti; d) una buona integrazione

con la comunità locale; e) l'affidabilità e la credibilità nei rapporti con i fornitori e i consumatori.

"Nell'epoca della globalizzazione – afferma Zamagni, docente di economia politica – l'impresa socialmente responsabile è quella che concorre a definire un'etica civile, capace di dar vita a forme di condensazione organizzativa adeguate alle nuove sfide di una società ormai post industriale".

I molteplici recenti scandali finanziari hanno riportato la nostra attenzione sui temi della reputazione, della fiducia e dell'altruismo: beni assolutamente irrinunciabili per lo sviluppo sano di un'impresa, che ne condizionano la competitività e la performance economica.

Bisogna creare un circolo emulativo virtuoso nella costruzione di una più forte coesione sociale, in un mercato capace di conciliare soddisfacimento dell'interesse individuale e perseguimento di interessi collettivi; coniugando etica e profitto.