

IL FATTO LE OPINIONI

DI ANTONIO SANFRANCESCO

Un'azienda italiana su tre approva il codice etico nell'organizzazione aziendale, mentre la maggior parte delle imprese lo adotta ma poi non lo applica. Per altre è solo una moda. Lo rivela una ricerca della Fondazione Unipolis. I codici etici sono davvero utili o no?

«Servono, non c'è dubbio, perché le leggi esterne non possono intervenire per regolamentare tutti i momenti della vita di un'azienda. Detto questo, per far sì che il codice abbia efficacia occorre un processo lungo e complesso». È l'opinione di **EMILIO D'ORAZIO**, direttore di Politeia, centro studi che si occupa di etica applicata alle organizzazioni complesse come università e aziende. «Il codice va diffuso e fatto conoscere ai dipendenti; poi va discusso e fatto interiorizzare e alla fine, quando si applica, i valori che contiene devono essere testimoniati nella prassi quotidiana dai vertici aziendali, a tutti i livelli, da quello più alto fino al più basso. Senza l'esempio del leader il codice, anche se ispirato ai più grandi valori etici, non ha efficacia e resta un generico elenco di buoni propositi».

«Se le sanzioni per chi trasgredisce le regole sono poco vincolanti il codice non serve a nulla. In ogni caso, credo che non bisogna generalizzare: anche in Italia come nel mondo anglosassone ci sono diverse aziende dove questo tipo di autoregolamentazione funziona bene». **CHICCO TESTA**, manager di lungo corso ed ex presidente di Enel, non mette in discussione l'utilità di questi strumenti anche se nutre qualche perplessità. «Oggi quasi tutte le aziende, su impulso delle norme esterne e delle varie Autorità di garanzia, attuano controlli molto ampi: dalla tutela della privacy all'analisi dei bilanci. Così facendo, si mettono in regola dal punto di vista formale ma poi, spesso, si rivelano poco efficaci nel controllo di chi non rispetta le regole. Anche il codice etico rischia di fare questa fine: senza sanzioni severe e adeguati controlli resta un documento formale che non ha nessun impatto reale sulla vita dell'impresa». ■