

LE IDEE

L'utile?
Con l'etica
sale di più

«La responsabilità sociale dell'impresa? E' una sola: impegnarsi in attività volte ad aumentare i profitti». Questo è Milton Friedman, il padre della moderna economia di mercato, trent'anni fa. Oggi, un caso Enron, un caso Parmalat e varie «bolle» finanziarie più tardi, c'è chi si scandalizza per molto meno. I titoli di un marchio tedesco come Adidas sono rimasti per mesi fuori dalle liste degli investimenti «etici» per le condizioni di lavoro in alcuni stabilimenti esteri. Il gruppo ha dovuto porvi rimedio. E Wal-Mart, il colosso Usa della distribuzione, è stato citato in giudizio perché una società di servizi faceva le pulizie nei suoi centri commerciali a immigrati clandestini. Wal-Mart non lo sapeva, ma la notizia ne ha intaccato il carisma presso la clientela e i profitti.

Etica e affari sembravano su due registri diversi, incomunicanti, appena quattro anni fa. Oggi invece la prima, almeno a prima vista, sembra una condizione indispensabile per i secondi. Sia sul piano finanziario che industriale. Se n'è parlato ieri all'Università di Milano al «Forum» sull'«etica degli affari e la responsabilità sociale dell'impresa nell'economia globale», organizzato dalla rivista *Politeia* e dall'Istituto di filosofia e sociologia del diritto. E dopo gli scandali Cirio e Parmalat, con l'Argentina in insolvenza, a nessuno l'etica sembra più un lusso.

Ne è convinto l'amministratore delegato di Unicredit, Alessandro Profumo: «Un'impresa può realizzare molti profitti in un primo momento — ha osservato al Forum — ma se non esercita anche una responsabilità sociale cesserà di farne in futuro». Cosa ciò significhi sul piano finanziario l'ha messo in chiaro Francesco Taranto, consigliere d'amministrazione di Enel e consigliere indipendente di Pioneer Investment. Il gruppo elettrico ha dovuto districarsi fra complicatissimi questionari, pur di diventare «eleggibile» agli investimenti dei fondi etici (sono 500 solo in Europa, il 17% della liquidità totale in Usa ma solo il 2% in Italia). E quest'industria non si limita più a escludere i produttori di armi o a premiare quelle più attente all'ambiente. Anche la trasparenza dei conti e i comportamenti corretti, ha notato Marco Vitale, attirano capitali «etici». Certo fra fare del bene e far bene in azienda la differenza resta, ha ricordato Michele Salvati. Anche perché di «etiche» non ce n'è una sola: investire in una società produttrice di contraccettivi è morale a Oslo, meno per alcuni a Madrid o Dublino. Ma ovunque, dopo Parmalat, gli anni ruggenti di Friedman sembrano davvero di un'altra era.

Federico Fubini