

(28 settembre, 2007) - Corriere della Sera

TREND

Etica d'impresa a passo lento nelle università italiane

La parola magica è «stakeholder». Nell'etica d'impresa se ne parla molto: sono loro, i portatori d'interessi nei confronti dell'azienda, i primi a cui ci si dovrebbe rivolgere in una gestione moralmente corretta degli affari. Ma pochi sanno identificare con precisione quali sono questi soggetti. Ad esempio: nel concetto di stakeholder rientra o non rientra anche l'azionista, lo shareholder, da cui chiaramente il termine stakeholder è mutuato? «Naturalmente sì», risponde Emilio D'Orazio, direttore del centro studi Politeia, membro del comitato scientifico della Fondazione I-Csr e responsabile della rivista Notizie di Politeia, di cui è appena uscito l'ultimo numero, con gli atti del terzo forum annuale sull'etica negli affari, dal titolo Integrità aziendale, leadership etica e standard globali di business. «Sono proprio gli standard ormai globalizzati che impongono alle aziende, anche italiane, una crescente attenzione ai temi dell'etica nel business, che ormai sta diventando un fattore strategico imprescindibile», spiega D'Orazio. Ma mentre le aziende italiane si attrezzano per confrontarsi con concorrenti globali, qui continuano a mancare i punti di riferimento scientifici. «La bioetica è ormai entrata nelle università, con cattedre e ricercatori di alto livello, ma l'etica d'impresa fa molta più fatica ad entrare», precisa D'Orazio. Negli Stati Uniti il primo centro di Business Ethics è stato aperto nel '76 al Bentley College (il cui direttore Mike Hoffman, intervistato venerdì scorso su queste pagine, è appena intervenuto a Milano all'ultimo forum annuale di Politeia) e in Europa le prime cattedre di etica negli affari sono state istituite nell'83, una in Svizzera e l'altra in Olanda: da queste due date emerge chiaramente il ritardo trentennale dell'accademia italiana sull'argomento. «Certo anche in Italia le università non sono più all'anno zero, da due o tre anni si sono mosse anche loro, cominciano a organizzare master post-laurea, ma non tutti i corsi sono di buona qualità e spesso muoiono in breve tempo. Mancano ancora le competenze e i giovani ricercatori non sono per niente motivati a intraprendere questa strada», commenta D'Orazio. Il punto è che l'etica negli affari, senza chiari fondamenti sistematici, rischia di diventare un discorso di mera facciata. Spesso in Italia viene fraintesa con la beneficenza: Parmalat, ad esempio, aveva un codice etico e finanziava la parrocchia, ma frodava gli azionisti. «Le aziende si sforzano di acquisire lo stesso linguaggio e gli stessi parametri di riferimento dei loro competitor - precisa D'Orazio - ma è difficile da autodidatte: solo la ricerca seria offre quel framework teorico che consente di operare certe distinzioni». E' per questo che Politeia da quattro anni ha ripreso l'attività dei forum annuali, a cui invita regolarmente tutti i maggiori studiosi del settore a livello internazionale: l'anno prossimo il tema sarà proprio l'insegnamento dell'etica d'impresa nelle università e nelle aziende. «Ci vuole una riflessione su chi può insegnare queste materie e come, in un Paese che si è appena affacciato all'argomento», sostiene D'Orazio. L'etica negli affari non s'improvvisa.

Comelli Elena