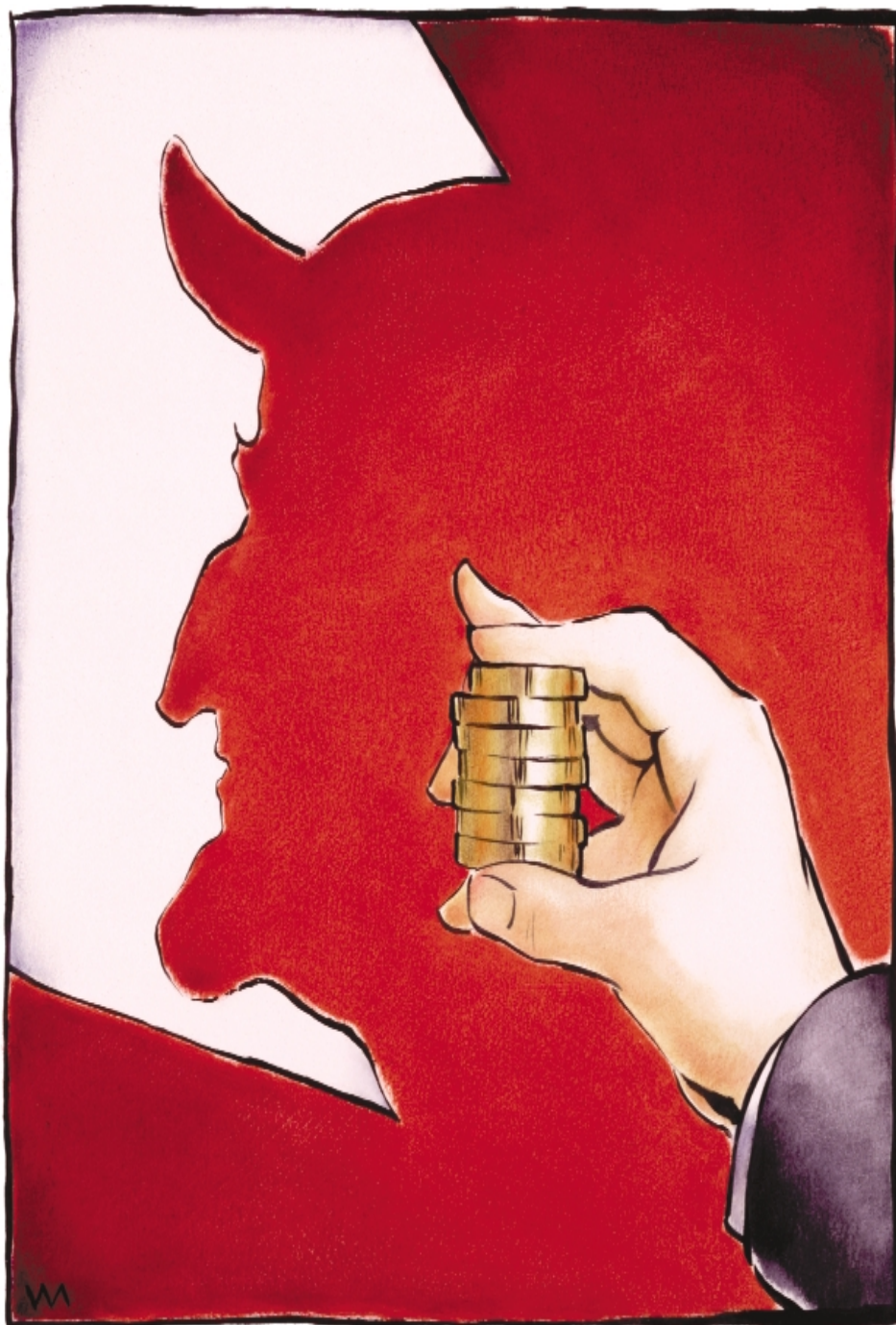


Comportamento etico e codici deontologici

Riccardo e Maria Ludovica Varvelli

Dopo l'ondata di scandali aziendali che hanno segnato gli anni Novanta, seguiti da quelli più recenti, l'etica di impresa e del comportamento negli affari torna alla ribalta



A causa degli ultimi eventi incredibili e in qualche misura imprevedibili che hanno coinvolto aziende come Parmalat e Cirio, e in conseguenza dei deplorabili ed esecrabili comportamenti dei loro proprietari, Calisto Tanzi e Sergio Cragnotti, l'etica d'impresa e del comportamento negli affari sono ritornati prepotentemente alla ribalta.

Sono ritornati perché i lettori meno giovani ricorderanno che all'inizio degli anni Novanta un'ondata di scandali e di processi travolse alcune grandi imprese. Fu l'epoca passata alla storia con il termine pieno di ingenua speranza di "Mani pulite" o, in alternativa, con quello più brutale di "Tangentopoli".

Personaggi, a quell'epoca alla ribalta nazionale e internazionale per il loro successo e per le responsabilità di primo piano che ricoprivano nelle maggiori aziende italiane, furono travolti da infamanti accuse di scorretto comportamento etico (leggasi: pagamenti illeciti a partiti e a personaggi politici).

Riccardo Varvelli è professore di economia presso il Politecnico di Torino e Maria Ludovica è presidente del Gruppo di ricerca applicata al management (Gram). Insieme sono autori di best-seller di cultura d'impresa.

Alcuni di questi signori, per il disonore che fu loro accreditato o per sincero senso di colpa, uscirono dalla scena in maniera violenta, e con modi in alcuni casi inusitati. Raul Gardini, grande "patron" dell'impero agro-alimentare-chimico dei Ferruzzi e del quale Cagnotti fu uno dei più stretti collaboratori, si uccise con un colpo di pistola.

Gabriele Cagliari, amministratore delegato dell'impero petrolifero dell'Eni, si tolse la vita in carcere infilando la testa in un sacchetto di plastica.

Un paio di direttori Fiat, Paolo Mattioli e Antonio Mosconi, passarono qualche periodo della loro vita in prigione, riuscendo in tal modo a coprire responsabilità più elevate. Carlo De Benedetti, allora presidente della Olivetti, pur essendo indagato riuscì ad evitare il carcere grazie a temporanee e ben programmate assenze all'estero.

Nessuna azienda di casa madre americana fu coinvolta nelle vicende di allora.

Eppure Ibm, Compaq, Hewlett-Packard, Coca-Cola, Whirlpool, General Electric, United Technologies Corporation erano aziende ben presenti in Italia, radicate e operative da decenni nel tessuto economico-industriale nazionale.

Nessuno allora si chiese perché nessuna di queste imprese fosse coinvolta negli scandali? Almeno una ragione c'era. Quelle aziende avevano sempre avuto una grande attenzione a regolare i comportamenti deontologici dei loro manager e da decenni avevano scritto e pubblicato dei codici di comportamento che i singoli dirigenti dovevano periodicamente sottoscrivere (nel vero senso del termine e cioè: controfirmare ogni anno).

Nel 1929, anno di costituzione dell'azienda, così recitava (e così recita tutt'oggi) il codice deontologico della United Technologies Corporation: "Nel trattare con i clienti e con i fornitori o con chiunque altro abbia rapporti d'affari con l'azienda, i dipendenti della Utc sono tenuti a evitare qualsiasi comportamento che possa minimamente suggerire l'esistenza di un conflitto fra interessi personali e quelli dell'azienda" e per essere ancora più chiari il testo continuava (e continua): "...è vietata qualunque richiesta o ricezione di doni da fornitori, da clienti o da chiunque altro abbia rapporti d'affari con l'azienda".

Quando nel 1993 incominciarono finalmente ad apparire anche in Italia i pri-

mi codici deontologici, una grande azienda che nel passato non aveva dato particolari segnali di attenzione al comportamento etico dei suoi dirigenti, incocciando contro alcuni incidenti di percorso, pubblicò il suo regolamento suddiviso in sei capitoli, chiamati "canoni" (dal greco "canon" e cioè: comandamento, norma fondamentale, forma perfetta, scopo precipuo, criterio di riferimento). In questa azienda girava per gli uffici la seguente pesante battuta: "Perché il nostro codice etico è costituito soltanto da sei comandamenti? Perché... settimo non rubare!".

Il primo grande gruppo italiano che affrontò con coraggio, energia e chiarezza il problema dei doveri morali della sua dirigenza fu l'Ente nazionale degli idrocarburi.

Il 12 gennaio del 1994 il consiglio di amministrazione dell'Eni varò il "codice di comportamento" avente come obiettivo quello di "prevenire comportamenti eticamente non corretti, perché "integrità e trasparenza costituiscono le fondamenta su cui costruire il successo d'impresa e non possono in nessun caso essere lese". Alla stessa data l'Eni nominò un comitato responsabile di:

- promuovere e verificare l'attuazione del codice di comportamento e la sua conoscenza all'interno e all'esterno del gruppo;
- proporre all'alta direzione l'implementazione e la diffusione del codice;
- presentare all'alta direzione una relazione annuale sull'attuazione del codice.

Il codice Eni, che da allora diventò un *benchmark* per molte altre aziende italiane grandi e piccole, era costituito di 10 capitoli e precisamente nell'ordine:

1. I principi generali;
2. Il comportamento verso i dipendenti;
3. La trasparenza della contabilità e dei bilanci;
4. I conflitti di interesse;
5. Le informazioni riservate;
6. Il rapporto con le comunità nelle quali l'azienda opera;
7. Il rapporto con governi e istituzioni pubbliche;
8. Il rapporto con i clienti e i fornitori;
9. Il rapporto con le organizzazioni politiche e sindacali;
10. Il rapporto con la stampa.

Nulla di nuovo rispetto a precedenti codici di aziende petrolifere rispetto alle

quali l'Eni si confrontava da anni, ma molto di nuovo per un'azienda che aveva ancora nella propria memoria il suicidio del suo amministratore delegato, per fatti non etici.

Essendo a quel tempo l'Eni un ente statale ed essendo allora, in Italia, quasi impedito parlare del profitto come valore etico, nel codice della società petrolifera non compariva quanto si leggeva e si legge tuttora come punto aggiuntivo del codice etico della Shell: "Il profitto economico è essenziale per assolvere le nostre responsabilità verso gli azionisti, i clienti, il personale, i fornitori e le collettività. Il profitto economico è un parametro per valutare la nostra capacità di creare valore. Il profitto è indispensabile per avere e distribuire le risorse necessarie in investimenti. Senza profitto non sarebbe possibile adempiere alla nostra missione". E così si arriva anche per noi ad affrontare il significato etico del profitto tanto esecrato da note ideologie sociali o confessionali.

Per noi il profitto ha un alto valore etico e morale a due condizioni, rispettate le quali nessun'altra ragione può impedirlo; esso deve essere residuale e aleatorio. Residuale in quanto si deve presentare solo dopo aver pagato correttamente, nell'ordine, i dipendenti, i fornitori, le banche e le tasse. Aleatorio in quanto non è garantito per nulla e talvolta può non realizzarsi. Al termine di questo scritto potremmo aggiungere che il profitto di un'azienda non si può condividere sul piano morale se coloro che la dirigono non hanno un codice etico di riferimento, dichiarato e praticato.

A noi non risulta che Parmalat e Cirio avessero un codice etico di riferimento né dichiarato, né praticato. Per quanto è avvenuto, esso poteva ridursi a un unico comandamento: "Non rubare".

Per contro, ricordiamo lo scandalo Enron e lo scandalo World Com, due anni fa, negli Stati Uniti.

Entrambe le aziende americane avevano dichiarato di possedere un codice etico. Peccato che i loro Ceo, Ken Lay e Bernie Ebbers, non l'avessero praticato! Fu la fine (così succede in America) delle due citate aziende e dei due citati signori, a monito di tutti i manager Usa.

Che le ultime vicende italiane siano dunque di altrettanto monito perenne e non occasionale anche per noi!