

Modelli etici per il giusto e il conveniente in azienda

Pubblicato: Mercoledì 27 Maggio 2009



Etica individuale, collettiva e di mercato si interfacciano ogni giorno all'interno del mondo produttivo, nell'ambito di una tensione al bene comune che deve caratterizzare l'operato di coloro che reggono l'impresa stessa. Un convegno ricco di spunti, quello svoltosi oggi, mercoledì 27 maggio, nell'**Auditorium dell'Università Carlo Cattaneo – LIUC**, dal titolo **“Il giusto e il conveniente”**. Promosso dalla Divisione Ricerca e Formazione dell'Università, questo appuntamento ha voluto mettere in luce come oggi l'etica è una tra le principali sfide che un'azienda può intraprendere per muoversi con successo nella complessità del mercato.

A moderare il dibattito, **Massimo Folador**, consulente aziendale e partner Megasoftware noto ai più come autore di due libri (**“Il lavoro e la regola”** e **“L'organizzazione perfetta”**), in cui i monasteri benedettini vengono proposti quale esempio illuminante per l' **“organizzazione perfetta”**, grazie alla corretta gestione di valori condivisi, a una leadership diffusa e alla capacità di far lavorare insieme persone



motivate e consapevoli delle proprie responsabilità.

Nel suo intervento introduttivo, Folador ha messo in luce come **non sempre le tre dimensioni dell'etica (la persona, la collettività e il mercato) siano considerate in egual misura**: “Esistono aziende – ha detto – che sottolineano in maniera marcata l'individualità dell'etica, altre trascendono da essa puntando sull'etica collettiva, senza ricercare un equilibrio dinamico la cui assenza può risultare a danno dell'etica del mercato”.

Chiaro il richiamo di Folador ad un'etica che sia soprattutto condivisa, dialogata, come insegna anche la regola benedettina: “Nel monachesimo benedettino – ha spiegato – tutto è apparentemente chiaro e siglato, ma esiste un **dialogo forte**, a conferma del fatto che non esiste un'etica a priori, imposta dalla legge, ma fondata su tre virtù essenziali: l'umiltà, l'ascolto, ovvero il momento teso a comprendere e l'obbedienza, che rappresenta l'approdo a cui tendere”.

Secondo Folador, la responsabilità è ciò che dovrebbe uniformare le attività dell'azienda, nell'ottica di un bene comune che è tanto un sistema valoriale di riferimento quanto un comportamento quotidiano: “Valore – ha detto Folador – è qualcosa che vale e dà forza e la responsabilità dell'azienda sta nella sua capacità di produrre non soltanto profitto, ma valori per la collettività”.

L'etica intesa nella sua accezione più ampia e profonda, quale bene comune da perseguire attraverso

decisioni e fatti quotidiani, in previsione dei risultati economici e valoriali che essa porta in dote, è anche oggetto di una legge, il **Decreto Legislativo 231 del 2001**, che contempla una serie di norme e di obblighi volti a regolamentare tutte le attività lavorative, al fine di creare un codice di comportamento che tuteli e salvaguardi le persone, l'ambiente e il territorio. Una norma che secondo Folador va vista più come uno strumento per "definire modelli etici che non come una legge che obbliga l'etica, definizione questa che risulterebbe quasi paradossale".

Il convegno ha visto l'alternarsi di voci del mondo accademico, che hanno approfondito temi quali il comportamento etico come strategia "globale", la corporate governance e l'evoluzione dei modelli organizzativi, il rapporto tra etica e diritto, ma anche di professionisti che hanno illustrato una serie di casi, tra cui il modello di eccellenza del San Raffaele SpA di Roma.

E ancora, si è parlato, in riferimento alla legge 231, di analisi e valutazione dei rischi amministrativi e legali, di organizzazione e gestione d'impresa e di formazione del personale.

L'incontro di oggi avvia un percorso denominato "Dall'etica all'eccellenza", che si propone di sviluppare il connubio tra il "sapere" proprio dell'ambiente universitario e la necessità del "fare" propria dell'impresa.

Un progetto che, avendo ben chiare l'importanza e nel contempo la complessità della tematica, prova ad approfondirne ogni sfaccettatura e a coglierne l'attualità e la concretezza.

La provocazione è insita nel titolo stesso del percorso: si riferisce infatti alla necessità di **assumere comportamenti etici in azienda e per l'azienda**, poiché l'etica non è solo un valore teorico ma soprattutto un comportamento quotidiano. Una tra le principali scelte che l'azienda può intraprendere per muoversi con successo nella complessità del mercato.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it