

Paolo Ricci*

L’articolo 41 della Costituzione Italiana e la responsabilità sociale d’impresa

L’iniziativa economica privata è libera.

Non può svolgersi in contrasto con l’utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana.

La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l’attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali.

L’articolo 41 della Costituzione italiana contiene tre importanti disposizioni: la prima afferma il principio della libertà della iniziativa economica privata; la seconda espone le limitazioni a cui tale iniziativa è sottoposta; la terza sancisce le modalità di intervento pubblico necessario affinché l’attività economica possa essere indirizzata e coordinata. La norma in questione riflette, in particolar modo se letta congiuntamente con gli articoli 42, 43 e 44, il compromesso raggiunto dalle tre grandi correnti ideologiche che si fronteggiarono in Assemblea costituente: la corrente marxista, la cattolica e la liberale. In particolare la mediazione sancì la necessaria coesistenza dell’attività economica privata e l’intervento pubblico diretto nell’economia, coesistenza che però impose la prefigurazione di una strutturazione complementare, o quantomeno compatibile e coerente, degli interventi pubblici e privati per il raggiungimento dei fini sociali e di benessere collettivo prefissati nella Carta. Duplice il tentativo costituzionale: “*eliminare eventuali condizioni di privilegio; assicurare la piena e libera espansione della persona umana, ponendo le necessarie premesse come la liberazione dal bisogno, la eguaglianza sostanziale, la partecipazione effettiva di tutte le categorie sociali alla vita associata*”. L’attività economica, infatti, può essere considerata una “*società intermedia*”, attraverso cui il singolo individuo,

* Università degli Studi del Sannio – Benevento.

non sempre nelle condizioni di prendere parte al governo e alla amministrazione della cosa pubblica, partecipando le proprie esigenze e rappresentando i propri bisogni, contribuisce alla definizione di specifici interessi e alla formazione di precise istanze della collettività. La prospettiva dell’epoca, nell’auspicato definitivo passaggio da una economia mista ad una economia regolata, impose ai padri costituenti di assicurare la sicurezza, la libertà e la dignità della persona umana, soprattutto in quella che sarebbe stata ed è la dimensione lavorativa dell’individuo. Nella Carta costituzionale la dimensione lavorativa della persona umana diventa centrale fino a chiedere allo Stato di garantire che il diritto al lavoro non venga sostanzialmente offeso proprio in relazione all’attività imprenditoriale e proprio in ragione dell’esistenza di un rapporto di subordinazione. Gli individui, perciò, devono essere tutelati all’interno stesso del rapporto lavorativo. Esplicitamente Temistocle Martines, secondo il quale: “*l’imprenditore privato, in altri termini, deve assicurare ai lavoratori subordinati condizioni di dignità, di sicurezza e di libertà*”. Questa prospettiva o, se si preferisce, questa visione della norma, è ancora attuale, ma chiede di essere *aggiornata*, arricchita, con un approfondimento del significato della utilità sociale e delle altre dimensioni che l’individuo vive e che si collegano ad essa. Non possono essere trascurati i “*nuovi diritti*” e in particolare le diverse dimensioni che il cittadino vive, in relazione all’iniziativa economica privata, in qualità di: lavoratore, consumatore, cliente, imprenditore, risparmiatore, utente, ecc.. Tornando alla norma: l’iniziativa economica privata è libera. Il primo comma dell’articolo 41 presenta quindi un diritto-potere inviolabile dell’economia di mercato, potere che ha avuto e ha il grande pregio di riconoscere a chiunque la libertà di iniziare, svolgere e terminare un’attività economica, attività che però risulta in concreto perseguibile, è bene ricordarlo, in presenza di talune precondizioni: infrastrutturali, normative, fiscali, tecnologiche, finanziarie, formative. L’iniziativa economica privata non è però illimitata e incontrollata, come poteva essere all’epoca del liberalismo classico, ma piuttosto costituzionalmente immaginata in considerazione di specifici limiti programmatici e di interventi pubblici diretti a meglio *socializzare* le finalità del sistema economico nazionale. Non bisogna sottovalutare, comunque, la forte e determinante presenza dello Stato nell’economia italiana che ha reso nel tempo praticamente insostituibile la sua azione d’intervento in tutti o quasi tutti i campi dell’agire economico. Tutto ciò con non pochi effetti sulla cultura imprenditoriale e manageriale del nostro Paese: fortemente e negativamente vincolata dai diversi interventi di un certo capitalismo di Stato e poco aperta ad un concetto di piena e concreta economia di libero mercato. Negli anni ciò ha fatto sì che l’iniziativa economica italiana apparisse sempre più *provata* e sempre meno *privata*.

Secondo il dettato costituzionale, l’iniziativa economica non può svolgersi in contrasto con l’utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza (oggi declinabile in vario modo: sul lavoro, ma anche ambientale, alimentare, pubblica, ecc.), alla libertà (intesa nelle sue diverse forme: personale, religiosa, sindacale, contrattuale, ecc.) e alla dignità della persona umana. Disposizione di carattere prevalentemente politico, ma anche generica e imprecisa, come non mancarono di

sottolineare alcuni padri costituenti. Questo comma della Legge fondamentale andrebbe completamente *ribaltato* approfittando delle (poche) vere tendenze di responsabilizzazione sociale dell’impresa e soprattutto evitando i (molti) celati rischi di un assolutismo pseudo imprenditoriale o di un egemonismo istituzionale. L’iniziativa può, anzi, deve svolgersi favorendo l’utilità sociale, garantendo la sicurezza dei lavoratori ma anche dei cittadini, la libertà di ogni individuo, comunitario o extracomunitario, e la dignità umana. La Costituzione non offre una definizione di utilità sociale, ma sono oggi molto chiari i confini entro cui quotidianamente l’utilità di una comunità si realizza e si confronta (o si scontra) con l’utilità individuale e imprenditoriale. Negli ultimi quarant’anni siamo passati dallo studio e dall’analisi delle *Teorie del profitto* di Milton Friedman (1970), secondo cui qualunque attività sociale al di fuori della massimizzazione del profitto è considerata un vero e proprio furto a danno degli azionisti, alle variegate e complesse *Teorie del valore* (1990), per le quali ciò che deve essere massimizzato è il valore del prezzo di borsa, fino ad arrivare alle più recenti *evoluzioni* delle *Teorie sulla responsabilità sociale dell’impresa* (2000), che vedono l’azienda al centro di un sistema di valori non solo economici, al centro di interessi plurimi e diversificati, spesso anche in conflitto, sempre meno solo ed esclusivamente finanziari o strettamente reddituali. Anche sotto il profilo normativo ad alcune forme d’impresa è stata data una diversa *cittadinanza giuridica*: è stata, infatti, disciplinata l’impresa sociale, proprio a dimostrazione dei diversi mutamenti che il sistema economico-imprenditoriale vive. Ma non trascurabile appare anche l’attenzione posta, sempre dal legislatore nazionale, sulla rendicontazione sociale nel settore pubblico, con la Direttiva Ministeriale della Funzione Pubblica del 2006.

Sul terzo comma dell’art. 41 solo poche considerazioni tutte connesse alla oramai evidente necessità di disporre di un adeguato sistema di programmazione e di controllo da parte dello Stato sull’attività economica pubblica e privata: meno interventi economici diretti e maggior impegno nell’indirizzo, nell’orientamento e nel reale coordinamento, a fini sociali, degli obiettivi delle imprese, e, per effetto, del sistema economico nazionale. La *programmazione* in uno Stato ad economia mista è strumento indispensabile con il quale si ottiene concretamente la compartecipazione dei privati e dei pubblici poteri al processo di sviluppo economico-sociale. Ma al di là delle stimolanti e interessanti dispute dottrinarie tra giuristi ed economisti generali, su contenuti e caratteri della programmazione ma soprattutto sul suo possibile valore imperativo, diviene fondamentale ben definire (e rendere sempre più efficienti) le modalità, le procedure, i percorsi seguiti per realizzarla. Affermare una efficace *programmazione democratica*, intesa cioè come programmazione realizzata con la partecipazione attiva delle forze politico-sociali, degli enti territoriali e di tutti i soggetti portatori di interesse – che possono contribuire alla definizione degli obiettivi da perseguire, senza pregiudicare la riserva di legge posta e il potere di sintesi riconosciuto al Parlamento, attraverso la fissazione delle priorità, diviene quindi indispensabile. Su questo punto è facile sostenere che è stata tanto limpida l’attenzione dei padri della Costituzione, quanto confuse e contraddittorie la

produzione legislativa successiva e l’azione conseguente dello Stato. L’Italia, infatti, si caratterizza per alcune debolezze che hanno invalidato di fatto il dettato costituzionale in esame: a) è forte la discrasia tra le prescrizioni normative sulla iniziativa economica e i comportamenti reali delle imprese; b) l’intervento pubblico si è dimostrato costantemente inefficiente e gravemente privo di chiare strategie di medio e di lungo termine; c) è sicuramente inadeguata la norma ordinaria sotto il profilo della programmazione pubblica in ambito economico; d) è indiscutibilmente debole, disorganizzata, e molto spesso vana, l’azione di controllo svolta dai pubblici poteri sull’attività economica privata, e non solo su quella privata.

Su tali aspetti è facile svolgere qualche critica pensando alle ultime riforme del reato di falso in bilancio, alle sanzioni previste per i crimini finanziari, ai salvataggi di imprese pubbliche, alla programmazione finanziaria fondata su logiche retrospettive, o, ancora, alla più recente disciplina del così detto scudo fiscale, solo per fare qualche esempio. Anche a rischio di apparire sbrigativi o superficiali, si può affermare che alle imprese italiane sono stati offerti proprio dallo Stato *buoni esempi* anche di irresponsabilità sociale. Sul punto non può non condividersi la necessità, evidenziata da Fabrizio Pezzani, di un “*patto di lucidità*”, che andrebbe però preceduto da un *patto di moralità*, con cui anteporre nuovamente l’interesse generale all’interesse particolare.

* * *

Ma il mercato, luogo di incontro tra la domanda e l’offerta di beni e servizi, può funzionare solo se in esso vivono e si sviluppano relazioni di fiducia: l’uomo, prima cellula della comunità globale, socialmente agisce e si organizza dipendendo e condizionando, alimentando tendenzialmente processi di reciprocità e di conflitto. Da tempo è maturo il convincimento che, seguendo la proposta classificazione evidenziata da Lorenzo Sacconi, per affrontare la “*questione dell’etica degli affari*”, lo studio della macro-etica degli affari (intesa come valutazione e considerazione morale del sistema delle istituzioni economiche) e della meso-etica degli affari (intesa come reputazione etica delle singole organizzazioni intermedie e delle imprese), non può prescindere dall’analisi della micro-etica (intesa come valutazione e considerazione morale dei comportamenti di imprenditori e *manager* e delle loro complesse ed articolate relazioni sociali). E’ ormai diffusa, infatti, la necessità di una riflessione più attenta e puntuale sui singoli attori del sistema imprenditoriale: le singole imprese e in particolare i singoli uomini che le governano, le relazioni che essi sviluppano, il sentimento che comunque anima le imprese, gli uomini e i mercati: la *fiducia*. Anche in una prospettiva eminentemente giuridica, condividendo Guido Rossi, “*alla base di ogni sistema di mercato e di qualsiasi economia di scambio esiste un conflitto fra singoli interessi divergenti, la cui soluzione è affidata all’istituto del contratto*”, ma anche il contratto, necessario per lo scambio, implica la fiducia tra i contraenti; la fiducia, dunque, quale linfa vitale dei mercati ed elemento essenziale per l’analisi della responsabilità e dei comportamenti di *manager* e di

imprenditori. La questione è ripresa anche da Luigino Bruni e Stefano Zamagni, secondo i quali la *“realizzazione di un accordo contrattuale si fonda sempre sulla rinuncia, da parte dei contraenti, al pieno controllo delle circostanze contrattualmente rilevanti e richiede quindi un certo grado di fiducia e di affidabilità reciproche”*.

Il tema della responsabilità sociale d’impresa offre quindi diverse direttrici di studio e di volta in volta ne garantisce una nuova o, se si preferisce, una meno battuta. L’impresa socialmente responsabile può essere riconosciuta, in estrema sintesi, come:

- l’impresa che nella gestione si limita al mero rispetto delle norme vigenti,
- l’impresa che pone in essere comportamenti compensativi di utilità sociale perduta,
- l’impresa che persegue i propri fini adeguandoli agli interessi di carattere generale.

E’ del tutto evidente che il solo rispetto delle norme può essere considerato solo condizione necessaria ma non sufficiente per ritenere socialmente responsabile un’impresa. L’inadeguatezza nel tempo delle norme, da un lato, e la impossibilità pratica di considerare compiutamente lo stato del sistema dei valori individuali, aziendali e sociali, dall’altro, rendono non socialmente responsabile un’impresa che nel proprio agire si limitasse all’osservanza delle prescrizioni di legge. Così come risulta difficile ritenere una mera *attenzione al sociale* o una semplice azione di mecenatismo sufficienti a risolvere la questione se una impresa sia o meno socialmente responsabile. Si tratta, in alcuni casi, di veri e propri *ristori* o *indennizzi*, spesso conseguenti proprio ad un agire irresponsabile sotto il profilo sociale; ma può anche, nella migliore delle ipotesi, considerarsi il frutto di una politica di marketing, politica indotta esclusivamente da obiettivi di miglioramento della reputazione e dell’immagine aziendale. Frutto in buona sostanza di un calcolo. Forse per comprendere bene il problema, occorre portarsi sull’estremo confine tra *interesse d’impresa* e *interesse sociale*, sul crinale delle diverse responsabilità: la responsabilità sociale dell’impresa si misura attraverso la sostanziale capacità di comprendere (*cumprehendere*) gli interessi altrui (dipendenti, Stato, clienti, ecc.), probabilmente superando la millenaria regola d’oro *“non fare agli altri ciò che non vuoi sia fatto a te”*, o andando ben oltre il *“farsi carico di tutte le altre categorie di soggetti che contribuiscono alla vita dell’impresa”*, prospettato di recente da Benedetto XVI.

* * *

Ma in concreto su cosa occorre riflettere quando ci si trova di fronte allo spazio, in realtà ancora indefinito e forse indefinibile, della responsabilità sociale dell’impresa. L’impresa è strumento capace di generare reddito e di creare ricchezza, ma ancor prima comunità spontanea, occasione di aggregazione di uomini. Come è stato osservato da Giovanni Paolo II: *“Scopo dell’impresa, infatti, non è semplicemente la produzione del profitto, bensì l’esistenza stessa dell’impresa come comunità di uomini che, in modi diversi, perseguono il soddisfacimento dei loro bisogni fondamentali e costituiscono un particolare gruppo al servizio dell’intera società. Il profitto è un regolatore della vita dell’azienda, ma non è l’unico; a esso va aggiunta*

la considerazione di altri fattori umani e morali che, sul lungo periodo, sono almeno altrettanto essenziali per la vita dell’impresa”.

Che l’impresa abbia una responsabilità che superi i confini dei suoi uomini e dei suoi mercati è cosa perfettamente acquisita, e che questi confini siano in continuo movimento è cosa altrettanto riconosciuta. Alcuni interrogativi sembrano a questo punto utili alla riflessione:

- Esiste un legame tra la funzione economica di fare profitto, che per un’impresa, qualunque impresa, costituisce scopo prioritario ed indispensabile per la sua stessa sopravvivenza, e le funzioni sociali che deve comunque in qualche modo affrontare ? E’ possibile, in sostanza, giudicare l’etica del capitalismo moderno, globale, immateriale e finanziario, non più esclusivamente fondato sul principio utilitaristico o della massimizzazione del profitto, ben definito e consolidato, ma bensì sul principio di responsabilità, per molti versi più incerto e insicuro ?

- Si può ritenere ormai esaurita una fase del capitalismo moderno e giudicare quello attuale pronto per una completa, vera e sincera integrazione delle sue tante e diverse funzioni ? In una prospettiva utilitaristica, si ritiene che quando l’impresa svingorita entra in crisi non è più in grado di ampliare il proprio sistema di valori così come, di converso, lo sviluppo e la crescita consentono all’impresa di guardare altrove, oltre il profitto, e di sensibilizzarsi in maniera più sicura sui temi e sulle funzioni sociali. La questione è aperta e senza dubbio non trascurabile. Non va trascurato che la stessa funzione generatrice di ricchezza costituisce per tutti una funzione sociale rilevante, ma il valore creato deve essere considerato incompatibile con la distruzione o il depauperamento di altre ricchezze, individuali o collettive, presenti e future, materiali o immateriali, sociali o ambientali, e l’eventuale saldo di ricchezza non può e non deve essere valutato in relazione ai singoli *stakeholder* aziendali ma bensì con riferimento all’intero sistema socio-economico. Del resto, anche il concetto di sviluppo sostenibile sembra chiaramente rievocare tali osservazioni: *“lo sviluppo che soddisfa i bisogni del mondo presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare, a loro volta, i propri bisogni”.*

- Qual è la relazione tra il rischio economico generale dell’impresa e il rischio di amoralità o di immoralità dell’individuo ? E’ possibile considerarli alleati, complici di un medesimo disegno esistenziale, o elementi distinti, distanti e completamente indipendenti nel normale agire dell’impresa e del suo imprenditore ? Sono da ritenere o meno perfettamente compatibili il sistema valoriale dell’impresa e il sistema valoriale dell’individuo imprenditore ? Il raggiungimento ed il mantenimento dell’equilibrio economico generale dell’impresa può chiedere il superamento dei vincoli derivanti dall’equilibrio etico e quindi la perdita di moralità del soggetto imprenditore (a tal proposito, Luigi Zingales e Raghuram G. Rajan evidenziano che *“occorrerebbe salvare il capitalismo più dai suoi capitalisti”*,...in particolare da quelli avidi, *“che dalle sue formule”*). E’ più moralmente deplorabile lasciar fallire la

propria impresa, e conseguentemente privare del lavoro i propri collaboratori, o corrompere qualcuno, sperando di ottenere nuove commesse utili alla prosecuzione della vita aziendale. La risposta dipenderà dal soggetto a cui formuleremo la domanda o può considerarsi univoca ed indiscutibile? Per molto tempo è stato ambiguamente lasciato intendere come possibili più risposte ad interrogativi di tale specie. In verità la domanda dovrebbe presentare una sola risposta. Ma a prescindere da questa è giusto ritenere che è deplorabile moralmente danneggiare il sistema delle relazioni d’impresa lasciando franare bruscamente il grado di fiducia nel sistema economico, come ampiamente dimostrato da Loretta Napoleoni in “*Economia canaglia*” e, alcuni anni fa, da Vincenzo Ruggiero in “*Economie sporche*”.

- Quali parametri, risultati, *performance* o obiettivi devono essere presi in considerazione per valutare ed apprezzare i comportamenti sociali di un’impresa? Le aziende pubbliche potrebbero fornire significativi spunti al riguardo, avendo maturato e consolidato nella propria funzione dominante i caratteri della responsabilità sociale, seppure troppo spesso inquinata dalla interferenza degenerativa del potere politico e da modelli di funzionamento e di misurazione non sempre adeguati e razionali. Occorre passare da una funzione sociale passiva o di soccorso, di mero aiuto, ad una funzione sociale attiva o di completa integrazione. La funzione sociale non si presta ad immediate e sempre oggettive misurazioni, e il rischio di transitare dall’etica degli affari agli affari dell’etica è sempre in agguato. Nelle aziende private, nelle imprese, il tema della misurazione è centrale ed assume aspetti di nuovo interesse nella direzione sociale ed ambientale. Ma anche la *giusta proporzione*, la *congrua e coerente relazione*, tra i risultati che l’azienda consegue e il compenso imprenditoriale e manageriale, assume grande importanza ai fini della responsabilità sociale d’impresa. In questa prospettiva, può essere correttamente interpretata anche l’analisi di Egidio Giannessi secondo il quale nell’azienda la combinazione produttiva è diretta “*al conseguimento di un determinato equilibrio economico, a valere nel tempo, suscettibile di offrire una remunerazione adeguata ai fattori produttivi e un compenso, proporzionale ai risultati raggiunti, al soggetto economico per conto del quale l’attività si svolge*”. Di questa proporzionalità o coerente relazione non vi è più traccia nelle *corporation* e nelle imprese bancarie e finanziarie, come ampiamente dimostrano i dati emersi negli ultimi anni (solo dopo e a seguito dei grandi scandali).

- Chi è legittimato a giudicare le *performance* sociali conseguite dall’impresa e di indirizzarne e coordinarne l’iniziativa a fini sociali? Il mercato, le istituzioni economiche, il potere politico, i tanti e diversissimi *stakeholder*, in sostanza quali sono i veri soggetti legittimati a valutare e quale forza essi sono in grado di esprimere, con quali tempi e con quali logiche? Naturalmente, è del tutto opportuno considerare custodita, come costituzionalmente sancito, nella autorità pubblica, seppure non esclusivamente in essa, la legittimazione al giudizio, giudizio su cui si fonda la funzione di programmazione e controllo in grado di orientare l’iniziativa economica, di indirizzarla e regolarla, di favorire l’azione moltiplicatrice della utilità prodotta

anche in termini sociali. In questa direzione è richiesto però un duplice sforzo: l’impresa deve aprirsi, maturando una cultura meno opportunistica, e allo stesso tempo i suoi interlocutori devono definire i propri interessi riconsiderando anche le ragioni economiche più ampie e complesse dei sistemi imprenditoriali. Questa “*integrazione sociale dell’impresa*”, necessaria secondo Michael E. Porter, è però possibile solo attraverso un processo di autentica maturazione dei valori etico-sociali condivisi, attraverso l’interiorizzazione dei valori della responsabilità sociale. Valori che siano in grado, come sostiene Vittorio Coda, “*di permeare i comportamenti imprenditoriali*”.

* * *

Le note disavventure del capitalismo occidentale (Enron, Parmalat, Bear Stearns, Lehman Brothers, solo per citare quelle ad elevata visibilità e a rilevante impatto sociale) – ma non vanno dimenticate le numerose disgrazie in fabbrica o i disastri aerei o ferroviari (o anche un certo allarmismo sociale, capace di contribuire a generare, con l’aiuto dei *mass media*, panico ingiustificato e aspettative infondate, e conseguentemente *masse dipendenti*), che pur appartengono allo stesso modo, *poco responsabile*, di fare impresa – hanno scosso l’opinione pubblica in maniera impropria, se è vero che il capitalismo è fatto di periodi di sviluppo e di crisi, il genere umano di individui sazi e di avidi, che rendono ancora più complesso ed incerto il benessere sociale, confermando la necessità di riflettere e interrogarsi su alcune questioni. Riflessioni e interrogativi che devono partire dalla considerazione che le disavventure e gli allarmismi sociali citati potrebbero presentare, come le *morti bianche* sul lavoro e i crimini del *colletto bianco*, lo stesso comun denominatore: l’irresponsabilità sociale d’impresa. Sul punto è molto efficace una definizione di Luciano Gallino, secondo cui è “*irresponsabile un’impresa che al di là degli elementari obblighi di legge suppone di non dover rispondere ad alcuna autorità pubblica e privata, né all’opinione pubblica, in merito alle conseguenze in campo economico, sociale e ambientale delle sue attività*”.

Nello specifico tali avvenimenti impongono ulteriori osservazioni:

a) sulla norma giuridica, che non può e non riesce sempre a contenere la dimensione etica dei comportamenti imprenditoriali. Il rispetto della norma non garantisce da solo il rispetto della dimensione etica degli affari. La rapida evoluzione dei mercati e dei prodotti e delle loro fisionomie non lo permette, la velocità con cui i comportamenti imprenditoriali si modificano è tale da non consentire un adeguamento normativo costante e sempre appropriato;

b) sulle condizioni di sistema che lo Stato deve assicurare per rendere efficace il dettato costituzionale. L’iniziativa economica privata è davvero libera se sono in concreto presenti tutte le condizioni per avviare, proseguire e concludere un’attività economica. In questa direzione assumono un ruolo decisivo alcuni fattori quali ad

esempio: la qualità dei servizi pubblici, il livello di infrastrutture necessarie, l’efficacia e l’efficienza del sistema normativo, il grado di ordine pubblico, la capacità di controllo, l’efficacia sanzionatoria, la certezza del diritto, ecc. Tali garanzie sono ancora più sentite e decisive se osservate alla luce della globalizzazione e della internazionalizzazione dei fenomeni imprenditoriali;

c) sui processi di deregolamentazione, che hanno prodotto nelle culture capitalistiche occidentali, contrariamente a quanto si ritenesse, fenomeni di deresponsabilizzazione. I controlli *pubblico su privato* si sono considerevolmente ridotti. A tal proposito, mi sovengono le stimolanti parole di Pietro Onida che amava ricordare come anche nell’organizzazione d’azienda “*la fiducia nelle persone non deve far rinunciare ai controlli, controlli intesi anche come ricerca della verità utile alla assidua conoscenza dell’andamento della gestione nei suoi diversi aspetti*”, allo scopo di rendere più efficace il governo imprenditoriale. E’ quindi evidente che lo Stato debba attuare pienamente il dettato costituzionale sviluppando sistemi di controllo dell’iniziativa economica privata, non oscuranti o soffocanti, ma semplici ed efficaci, in grado comunque di incidere realmente sui comportamenti irresponsabili;

d) sulla elevata scolarizzazione del cittadino (lavoratore, contribuente, elettore, utente, cliente, risparmiatore). Quest’ultimo appare oggi sicuramente più avvertito e più sensibile, e forse più esigente nella domanda di informazione, ma non per questo più forte nei rapporti e nelle relazioni con l’impresa; a giusta ragione, le informazioni *impresa-stakeholder* devono essere riqualificate ed arricchite ma in un quadro culturale più ampio e sicuro. La disciplina della *class action*, ad esempio, potrà costituire un primo e decisivo passo per affermare posizioni paritarie nel sistema economico e di mercato;

e) sulla distanza tra morale privata e morale pubblica (o dimensione etico-sociale della vita individuale). Distanza che si è ampliata favorendo fenomeni di confusione sociale. Negli ultimi anni nella nostra società si è andato affermando il principio, o modello di relazione, secondo il quale: “*nel privato fai ciò che vuoi e nel pubblico rispetta la norma*”; ma se la norma è inadeguata e l’impresa è considerata *cosa privata, personale, o addirittura intima*, l’imprenditore potrà fare tutto ciò che vorrà e al più, per non subire sanzioni, si adeguerà formalmente alle leggi, disprezzando ogni forma di relazione sociale e di *resa del conto* del proprio operato. Senza dire che tutto ciò spaventosamente si aggrava se ad essere considerata *cosa privata, personale, o addirittura intima* è l’impresa pubblica o la pubblica amministrazione;

f) sulla comunicazione economico-finanziaria. Occorrono strumenti di comunicazione più adeguati alle esigenze della misurazione delle *performance* sociali, regole e norme più attente, che si ispirino ai principi della:

- utilità,
- trasparenza,

- partecipazione.

Solo una comunicazione trasparente, adeguata ed utile alle esigenze cognitive dei destinatari, può concretamente assicurare un comportamento socialmente responsabile dell’impresa ed una reale partecipazione alla vita dell’impresa. Su tale ultimo aspetto è utile ricordare il pensiero di Luigi Einaudi secondo il quale “(...) *les bons comptes font les bons amis; e se la partecipazione deve poter funzionare bene, non può non accompagnarsi ad un certo grado di controllo*”.

* * *

In conclusione è possibile affermare che il comportamento socialmente responsabile dell’impresa è direttamente influenzato dai valori assunti dal sistema imprenditoriale nel suo insieme e dall’individuo imprenditore, valori che possono essere brevemente riassunti:

- nella consapevolezza della dipendenza da ogni altro soggetto socialmente rilevante (Stato, dipendenti, clienti, fornitori, ecc.) e delle relazioni di reciprocità;
- nella continua ricerca e nella conseguente affermazione della fiducia tra impresa e individuo;
- nel rifiuto di fenomeni di assolutizzazione del profitto o di altri risultati economici o finanziari di sintesi.

* * *

Un breve e semplice monito di John Maynard Keynes può aiutare a ricordare i tanti rischi che un capitalismo senza guida e senza controlli implica: “*Distruggiamo la bellezza del paesaggio perché gli splendori della natura, liberamente disponibili, non hanno alcun valore economico. Saremmo capaci di spegnere il sole e le stelle perché non pagano un dividendo*”.

Una proposta di riforma dell’art. 41 della Costituzione Italiana:

L’iniziativa economica privata è libera e lo Stato garantisce le condizioni per il suo concreto svolgimento.

Favorisce l’utilità sociale assumendo in maniera responsabile come propri i principi della trasparente rendicontazione ai terzi, della tutela della sicurezza personale e collettiva, dello sviluppo delle libertà individuali, del rispetto della dignità umana.

La legge determina, anche promuovendo la partecipazione attiva e il contributo di tutti i soggetti interessati, i programmi e i controlli perché l’attività economica possa essere responsabilmente indirizzata e coordinata a fini sociali.