

RICCHEZZA



Gli esempi di grandi filantropi insegnano: capitalismo ed etica sono compatibili. Basta pensare ai posteri. E in questo articolo un filosofo presenta il modello di mercato sostenibile e responsabile

di **Sebastiano Maffettone**

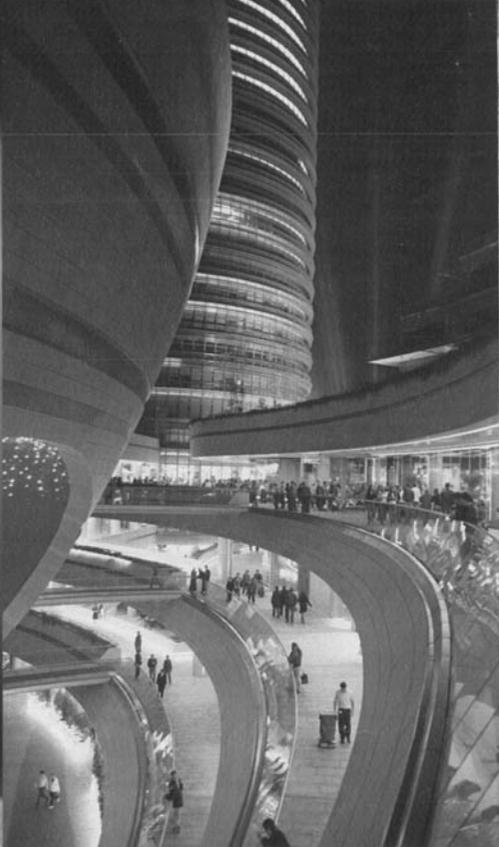
Negli Stati Uniti si chiama "legacy". Si tratta del ricordo che vogliamo lasciare dopo di noi, quando saremo trapassati. E, come si può immaginare, un lusso per pochi. Tra questi ci sono Bill Clinton e Bill Gates. Che cosa altro può desiderare di ottenere dopotutto una persona che, essendo ancora relativamente giovane, ha già raggiunto il tetto del mondo? Una fama duratura. Il mezzo per riuscirci è, per Clinton come per Gates, la filantropia. Una filantropia originale e aggressiva, che adopera tutti gli strumenti dell'economia e della politica per affermarsi nel mondo. Naturalmente,

non tutti sono entusiasti. Dopotutto, Clinton e Gates sono a dir poco tipi molto chiacchierati. Quello che lascia perplessi è il fatto che questioni pubbliche, cioè di tutti, come la lotta alla fame nel mondo o all'Aids, siano trattate non da istituzioni politiche, ma da privati cittadini. In generale, tutto il mondo del terzo settore o non profit presenta problemi teorici notevoli, a cominciare dal rapporto con lo Stato sociale.

Il messaggio dominante, che comunque viene fuori da tutte queste esperienze, tra filantropia e non profit, è il seguente: una sintesi tra capitalismo e morale è possibile; anzi, non c'è contraddizione tra i due. Si tratta di una vecchia storia. Nel passa-

to, religione e morale spesso hanno dato rilievo al conflitto tra mercato ed etica. Questo tipo di conflitto ha trovato poi spazio nella critica radicale all'economia capitalistica. Ma non tutto andava liscio. L'ostacolo, cui differenti modelli di questo tipo di critica del mercato si sono trovati davanti, è stato chiarito con efficacia da John Maynard Keynes: «Il capitalismo non è intelligente, non è bello, non è giusto, non è virtuoso e non produce i beni necessari. In breve, non ci piace e stiamo cominciando a disprezzarlo. Ma quando ci chiediamo cosa mettere al suo posto, restiamo estremamente perplessi». Negli ultimi anni si è cercato di fare un passo avanti. È fiorito così un ventaglio di critiche "socialdemocratiche" al capitalismo, critiche basate sul tentativo di conservare l'efficienza capitalistica rimuovendo però al contempo alcune delle sue conseguenze negative: etiche e politiche. Si è cercato di separare gli aspetti allocativi da quelli distributivi nell'ambito di una particolare visione del mercato capitalistico. Questa visione ha ricevuto, a sua volta, un sostegno dalla discussione della cosiddetta "business ethics", in italiano più o meno correttamente resa

E NOBILTÀ



Kanyon, il nuovo centro commerciale di Istanbul. A fianco: un'animalista a San Paolo. Nell'altra pagina: pannelli solari a San Francisco

frutto di un'intuizione nuova. Già dai tempi di Adam Smith era affermata l'importanza del rapporto tra successo sul mercato e virtù civiche. La novità degli ultimi anni, se mai, consiste nell'assegnare alla responsabilità sociale un ruolo indipendente e necessario. Ruolo che è associato all'idea di un capitale intellettuale e morale dell'impresa, cui è legata la reputazione dell'impresa stessa e quindi, a sua volta, il suo operare con successo. In altre parole, si arriva a dire che un'impresa non affidabile in termini di responsabilità sociale è anche a rischio di perdita di quote di mercato e di efficienza.

Il rispetto di queste premesse è garanti- ▶

come "etica degli affari". Quando si parla di business ethics, a sua volta, si intende in genere la "responsabilità sociale" dell'impresa. Il compito istituzionale dell'impresa, e del capitalismo più in gene-

rale, non sarebbe (stando a questa visione) soltanto produrre profitto, ma anche assicurare benessere e sviluppo. A ben vedere, riconoscere la portata sociale e il valore morale del capitalismo non è

to dalla visione che abbiamo della funzione del sistema economico capitalistico. Così, a una concezione gerarchica e istituzionalistica dell'impresa si è andata sostituendo, in questi anni, una concezione pluralistica e contrattualistica dell'impresa (e della società). Il modello più diffuso all'interno di questa concezione è costituito dalla "stakeholder analysis", in contrapposizione alla "shareholder analysis". Qual è la differenza? La shareholder analysis sostiene che lo scopo primario dell'impresa consiste nel soddisfare le pretese economiche degli azionisti. La stakeholder analysis, invece, esamina l'impresa come l'esito di un equilibrio tra le esigenze di tutti coloro che contribuiscono al funzionamento dell'impresa stessa e comunque ne sono legittimamente interessati. Il mandato, che i dirigenti di un'impresa hanno - secondo questo modello - non consiste quindi solo nella soddisfazione delle richieste di profitto da parte di soci e azionisti, ma anche e soprattutto nel saper badare alle pretese degli stakeholder, tra cui sono sicuramente inclusi soci e azionisti, ma vi sono anche clienti, fornitori, dipendenti, la comunità, l'ambiente, le generazioni future, la pubblica amministrazione, e così via.

Negli ultimi anni, parecchi studiosi hanno proposto, a loro volta, di articolare le questioni di business ethics e di responsabilità sociale dell'impresa partendo dalla teoria della "sostenibilità". Ora, questo concetto, che vede la sua origine nella critica della modernizzazione e dello sviluppo a partire dalla seconda metà degli anni Sessanta, è un po' vago. Comunque la sua matrice ambientalista è nota, ed è legata ai problemi come l'inquinamento planetario e la crisi della biodiversità. La sua stessa introduzione nel gergo delle scienze sociali (e nella politica) si deve al "Rapporto Brundtland" (1985), che viene ritenuto una sorta di bibbia della politica economica ecologista. Esistono molte definizioni di sostenibilità, ma le più convincenti si rifanno alla tensione verso un equilibrio tra presente e futuro, tra sfruttamento delle risorse e conservazione, tra crescita stazionaria e crescita illimitata, tra primato dell'efficienza economica in senso tecnico ed efficienza in senso più completo ed esteso. In sostanza, quello che è più cambiato in materia di sostenibilità è lo spostamento del concetto dall'ambito del rapporto svi-

luppo-ambiente a quello dei rapporti economico-sociali tra persone. In questi termini, la teoria basata sulla sostenibilità è orientata a tre criteri integrati (che costituiscono la cosiddetta "triple bottom line"): efficienza, equità e compatibilità ambientale. In breve: un'impresa o un sistema economico può vantare una pretesa alla sostenibilità solo se è in grado di rispondere alle sfide economiche con prontezza ed efficienza, se regola i rapporti con i dipendenti e i terzi in maniera equa, e quelli con l'ambiente e le generazioni future in modo adeguato.

Anche se si accetta il modello dell'impresa nella versione "sostenibilista", resta aperto un formidabile problema pratico. Come si possono verificare le ipotesi etiche nella pratica, appunto, del business? Negli ultimi anni, sono stati elaborati diversi metodi di misurazione della sostenibilità. Si tratta, in realtà, dell'applicazione di procedure di benchmarking, prese dall'economia, al complesso mondo della valutazione di sostenibilità. Abbiamo a che fare con metodi di valutazione comparata. Dati alcuni indicatori di qualità, che fanno riferimento alla sostenibilità, si formulano questionari da sottoporre a singole aziende, divise per settori merceologici e di prodotto. Sulla base delle risposte, verificate in maniera indipendente dall'esterno dell'impresa, si costruisce una scala di valutazione. Sarà qualificata a livello "dieci" l'impresa massimamente soddisfacente, e a livello "zero" quella che non risponde alle esigenze di sostenibilità. Tutto bene, quindi? No. Perché la misurazione della capacità di comportamento etico da parte dell'impresa non è sufficiente per poter affermare che la responsabilità sociale rappresenti un valore che le imprese devono prendere sul serio. O meglio: la condizione necessa-

ria per poter affermare una simile tesi è ovviamente il fatto che ci sia un rapporto strutturale e chiaro tra comportamento etico dell'impresa da una parte, e la sua performance sul mercato dall'altra. In altre parole: affinché l'idea di sostenibilità sia considerata un vero progresso, l'impresa sostenibile deve avere successo economico. La scommessa socialdemocratica dell'etica degli affari - quella dalla quale sono partito - regge sul fatto che il mercato deve realizzare le condizioni attraverso cui l'etica, o la sostenibilità nel nostro caso, può essere implementata.

La necessità di una corrispondenza tra atteggiamento sostenibile e performance economica è resa evidente, a sua volta, dalla finanza etica. All'interno del settore, sono spesso esibite statistiche che confortano questa ipotesi, mostrando come le prestazioni dei titoli e dei fondi scelti con criteri etici di sostenibilità superino la prestazione media di titoli e fondi selezionati con altri criteri ("meno etici"). Da questo punto di vista è importan-



Protesta animalista a Barcellona. In basso: Sebastiano Maffettone



Keynes: Il capitalismo è disprezzabile, ma non si sa come sostituirlo

te il modo in cui il risparmiatore viene informato sull'entità del rischio che corre in corrispettivo di un rendimento. Si può, volendo, distinguere tra stakeholder e tipo di titolo in ballo: se il risparmiatore è, per esempio, un'anziana signora (o signore) e il titolo un'obbligazione strutturata, si può chiedere a chi lo vende di adoperare la massima attenzione per far comprendere il profilo di rischio. Dal punto di vista sostanziale conta invece la natura dei titoli che sono inclusi nel pacchetto finanziario offerto. Esistono criteri che indicano caratteristiche per esempio di un fondo etico che appaiono attraenti come la compatibilità ecologica oppure l'assistenza offerta a categorie svantaggiate. Esistono anche criteri negativi che indicano invece caratteristiche da evitare: per esempio, un fondo etico può non voler comprendere titoli di imprese che vendono armi o sigarette.

Nella business ethics esistono, infine, strumenti come il codice etico, il bilancio sociale e quello ambientale. Il codice etico riformula la missione dell'impresa, rendendola coerente con gli imperativi etici. Questa riformulazione della "mission" avviene di solito attraverso un'elencazione dei principi etici generali e attraverso un'identificazione degli stakeholder rilevanti per l'impresa. Bilancio sociale e ambientale, invece, registrano le attività dell'impresa che hanno a che fare più direttamente con la ricaduta sociale e la tutela dell'ambiente e mostrano come, nel tempo, l'impresa possa riuscire a soddisfare maggiormente i requisiti di sostenibilità. ■

