

## INTERVISTA AL DOTT. MASSIMO BORTOLIN

### **D. Perché secondo lei è necessario discutere, oggi, sul legame che intercorre tra il mondo dell'impresa e quello dell'etica.**

R. Il fenomeno della globalizzazione dei mercati e la loro internazionalizzazione hanno comportato un repentino cambiamento nei sistemi economici e nei comportamenti aziendali, tanto da determinare la crescita del grado di mutevolezza dello stesso ambiente socio-economico in cui l'impresa opera, determinando la necessità di governare una nuova variabile che è la **complessità**.

L'impresa, quale cellula basilare dell'economia, in tale contesto, ha subito anch'essa delle modificazioni che hanno investito non solo la sua struttura che si è modificata da "castello" a "rete" alleggerendosi notevolmente, ma anche la sua stessa cultura interna dato che ora si è alla ricerca continua della qualità in ogni singolo processo.

Gli individui che collaborano con l'impresa hanno anch'essi un diverso ruolo, da semplici lavoratori diventano veri protagonisti e l'impresa quale istituto politico-sociale diventa interprete dei loro bisogni, grazie ad un'attività protesa al "bene comune". L'impresa deve tendere alla massimizzazione del profitto con un utilizzo ottimale delle risorse ed una loro ottimale distribuzione, sempre nel rispetto dell'ordinamento in cui essa è inserita.

Se l'impresa cerca l'assolutizzazione del profitto o finisce per realizzare un suo declassamento allora il suo comportamento è economicamente e moralmente inaccettabile. L'etica in azienda porta il profitto in una struttura circolare accanto ad altri obiettivi interdipendenti e di uguale importanza quali i risultati competitivi e sociali.

Diventa inaccettabile dunque qualsiasi concezione della produttività non in linea con il rispetto della persona e, all'opposto, qualsiasi concezione di fini sociali che possa di fatto sfociare in una strumentalizzazione del ruolo economico dell'impresa.

Accanto alla principale responsabilità dell'impresa, che rimane quella di generare profitti, vi è dunque la volontà di contribuire al tempo stesso ad obiettivi sociali e alla tutela dell'ambiente.

Il mercato, sempre più esigente, valuta infatti le imprese non solo in termini di produzione di ricchezza materiale ma anche in termini più propriamente sociali, che vanno dalla creazione di occupazione di qualità alla tutela dell'ambiente. L'impresa deve percepire tali preoccupazioni e farle proprie se vuole sopravvivere alla sfida imposta dal mercato globale.

Le aziende che agiscono secondo una responsabilità sociale godono di vantaggi di lungo periodo. Seguire una condotta responsabile migliora l'immagine, la reputazione dell'impresa e quindi favorisce una sana cooperazione tra azienda e soggetti che vi interagiscono fondata sulla fiducia reciproca.

Solo se vi è fiducia le parti interessate al dialogo economico possono serenamente interagire e beneficiare dei vantaggi dello scambio commerciale.

Il tema della responsabilità sociale è oggetto di dibattiti, di interventi normativi e promozionali da parte delle Istituzioni Internazionali già da qualche anno. Due sono gli atti normativi a disposizione in campo internazionale a cui le aziende possono e debbono fare riferimento nell'impostare una condotta responsabile.

L'OCSE (l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) ha elaborato una serie di principi guida per le imprese multinazionali. Il contenuto di tali principi direttivi comprende vari aspetti della responsabilità sociale delle imprese, vale a dire il lavoro infantile e il lavoro forzato, i rapporti sociali, la tutela dell'ambiente, la protezione dei consumatori, la trasparenza e la pubblicazione delle informazioni, la lotta contro la corruzione, il trasferimento di tecnologie, la concorrenza e la fiscalità.

L'ONU, dal suo canto, ha elaborato un'iniziativa che va sotto il nome di Global Compact (o Patto Globale), intesa a definire i principi e le pratiche della responsabilità sociale.

Il concetto di responsabilità sociale non è certamente nuovo e trova le sue radici nell'articolo 41 della Costituzione Italiana laddove si recita che "l'iniziativa privata è libera... non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana".

L'impresa può essere responsabile all'esterno solo se lo è all'interno.

Al fine di attivare all'interno dell'impresa delle condotte socialmente responsabili possono essere attivati alcuni strumenti, non esaustivi ma che possono essere di valido aiuto per sperimentarne l'efficacia, qui di seguito elencati.

- Il bilancio sociale: è un primo passo della trasformazione dell'immagine che l'azienda offre alla società. Nell'interpretazione dei risultati dell'attività viene data importanza ad altri parametri che tengano conto dell'impegno sociale, ambientale ed etico dell'azienda. Si tratta di uno sforzo di trasparenza nel comunicare agli stakeholder in modo preciso la "mission" aziendale e la struttura organizzativa adottata per raggiungere gli obiettivi strategici. La comunicazione di bilancio intesa come rapporto bidirezionale fondato su trasparenza e responsabilità, da semplice obbligo informativo diventa un mezzo efficace per far conoscere "ciò che si è, quello che si fa e come lo si fa". Il valore dell'azienda non è più solo in funzione degli utili realizzati ma tiene conto anche di altri assets, quali il livello di professionalità dei dipendenti, il loro grado di partecipazione e condivisione delle strategie aziendali e la capacità di operare secondo codici etici e socialmente compatibili.
- SA8000: è uno standard internazionale di certificazione etica e garantisce il rispetto aziendale dei diritti umani, l'applicazione di procedure non lesive dei diritti sindacali dei lavoratori e l'assenza di comportamenti discriminatori e di azioni di "mobbing". Viene rilasciata previo controlli ed ispezioni da parte di organismi esterni. Questo strumento genera un impatto importante sui livelli di produttività dei dipendenti, rafforzandone lo spirito di appartenenza all'azienda, il senso del dovere, riducendo i tassi di assenteismo e la necessità di ricorrere continuamente ad azioni di turn-over di personale. Si tratta di una

certificazione di sistema e non di prodotto. Per questo motivo non comparirà in etichetta nessun marchio che identifichi il prodotto etico e le aziende che hanno ottenuto la certificazione SA8000 dovranno promulgare con altri mezzi la propria scelta etica.

- Codice etico: è un documento pubblico in cui le aziende esprimono il loro impegno a rispettare la qualità e le caratteristiche dichiarate dei prodotti immessi nel mercato, garantendo, inoltre, di utilizzare processi produttivi che non alterino gli equilibri ambientali e non compromettano la salute dei lavoratori.

Le imprese attualmente sono sempre più convinte dei benefici che una condotta responsabile crea, tanto che ad oggi il 93% delle imprese italiane ha intrapreso almeno un'iniziativa di responsabilità sociale (secondo una ricerca Unioncamere). Tenere una condotta eticamente responsabile infatti evita gli svantaggi e i costi che inevitabilmente le pratiche criminali creano, permette di conseguire un notevole vantaggio competitivo necessario alla sopravvivenza in un'economia globale e, aumentando i valori della responsabilità e dell'onestà all'interno della compagine sociale, crea entusiasmo e spirito di appartenenza in tutti i lavoratori, contribuendo al consolidamento della reputazione dell'azienda.

Desidero infine citare l'enciclica Caritas in veritate (29 giugno 2009) di papa Benedetto sedicesimo che invita a riconoscere che

*“lo sviluppo economico è stato e continua ad essere gravato da distorsioni e drammatici problemi, messi ancora più in risalto dalla attuale situazione di crisi”*  
e pertanto

*“ciò richiede una nuova ed approfondita riflessione sul senso dell'economia e dei suoi fini nonché una revisione profonda e lungimirante del modello di sviluppo per correggerne le disfunzioni e distorsioni.”*

l'auspicio del Papa è che

*“nel mercato si aprano spazi per attività economiche realizzate da soggetti che liberamente scelgano di informare il proprio agire a principi diversi da quelli del puro profitto, senza per ciò stesso rinunciare a produrre valore economico.”*

#### **D. Cosa crede sia emerso dalla giornata del 25 giugno 2014?**

R. Dalla numerosa affluenza di partecipazione al convegno ritengo che l'argomento sia molto sentito. Ho visto tutti i relatori molto coinvolti nel trattare l'argomento da differenti punti di vista ma tutti convergenti sull'importanza di uno sviluppo economico socialmente etico. Ritengo tuttavia che un singolo intervento sia un sassolino in mezzo al mare. Penso che sarebbe utile riproporre il convegno periodicamente coinvolgendo, oltre ai professionisti, anche rappresentanti di aziende e della politica. Sarebbe bellissimo magari che il prossimo incontro potesse avvenire

in concomitanza di Expo 2015 con il coinvolgimento di esperienze straniere. Dal continuo confronto penso si potranno creare sinergie vincenti.

**D. Al momento, secondo lei, quel è il peso che l'etica effettivamente ricopre nell'esercizio quotidiano della professione di commercialista ? Quanto conta davvero e quanto è invece ridotta ad una bandierina priva di significato ?**

R. Per essere iscritti all'Albo dei Dottori commercialisti e degli Esperti contabili occorre aver conseguito una laurea, triennale e specialistica, in materie economiche, aver fatto un periodo di pratica di 18 mesi presso lo studio di un iscritto ed aver superato un impegnativo esame di Stato. Solo a questo punto il candidato potrà richiedere l'iscrizione all'Albo, ma non è cosa ovvia e scontata. Infatti i soli titoli di studio ed il praticantato non risultano di per se sufficienti. Nel questionario che viene fatto compilare all'iscrivendo deve risultare che abbia avuto un passato moralmente irreprensibile. Solo a queste condizioni il candidato supererà il test di ammissione e verrà iscritto all'Albo. Riteniamo che queste condizioni siano l'inizio per garantire un buon inizio per avere professionisti moralmente solidi.

Come ho detto nel mio intervento, etica e professionalità sono due aspetti che convergono nel qualificare l'attività del commercialista; il commercialista ha una funzione della massima importanza al centro del sistema delle imprese, è il tutore delle regole e al tempo stesso è l'interprete delle modificazioni che intervengono nel mercato e che impongono l'adeguamento delle regole; come tutore delle regole parla agli operatori e li aiuta a sviluppare la propria attività in modo coerente alle stesse.

Per affermare il proprio ruolo il commercialista deve essere dotato di autorevolezza; tale autorevolezza discende dalla sua statura etica e dalla sua professionalità.

Etica diviene allora la consapevolezza del proprio ruolo, l'orgoglio e la dignità dell'uomo che si sente portatore di valori, che può contribuire al progresso del sistema economico.

La professionalità diviene quindi frutto della decisione di essere coerenti con la scelta etica fatta.

Per svolgere un ruolo importante al centro del sistema economico, non è lecito improvvisare, occorre essere dotati di una cultura profonda e aggiornata, che consenta di comprendere, valutare, guidare.

Non tutti gli uomini sono uguali, nella piramide umana ci sono uomini che riconoscono i valori ma che sono impacciati nel perseguirli, mentre altri si fanno carico di testimoniare questi valori, di insegnarli agli altri offrendo il proprio esempio.

E l'esempio, a mio parere, è il più efficace insegnamento che un uomo possa dare.

Un uomo è credibile quando offre un insegnamento, solo se da dimostrazione di saperlo seguire lui stesso.

L'etica e la professionalità debbono essere riconosciuti come principi guida anche da coloro che possono stentare a concretizzare quotidianamente questi valori.

L'ordine professionale deve essere il luogo dove formare, da cui diffondere cultura, deve essere luogo preposto a orientare l'attività della comunità dei professionisti, in grado di venire in loro aiuto.

Il nostro Ordine professionale si è dotato di un codice deontologico dal 1987 successivamente rivisto ed aggiornato. L'iscritto che non rispetta il codice deontologico subirà un provvedimento disciplinare che in funzione della gravità potrà arrivare perfino alla radiazione.

L'Ordine di Milano, al quale sono iscritto - ma mi risulta prassi consolidata di tutti gli Ordini d'Italia - monitora costantemente i comportamenti deontologici dei colleghi ed interviene prontamente laddove vengano riscontrate delle situazioni reputate non corrette.

Chi si avvale dell'opera di un professionista deve avere la certezza che essa venga eseguita con specifica conoscenza della materia e ineccepibile moralità.

L'esempio negativo di un iscritto può compromettere l'immagine di tutta la categoria. Il processo di sensibilizzazione passa anche attraverso la formazione. Infatti annualmente gli Ordini organizzano corsi di formazioni ad hoc, tra gli altri, su argomenti di ordinamento e deontologia professionale.

**D. Quali sono le iniziative che l'Ordine dei Commercialisti di Milano vuole adottare per incoraggiare un approccio etico alla professione da parte dei suoi iscritti?**

R. Come dicevo poc'anzi il "processo formativo etico dell'iscritto" parte ancor prima dalla sua iscrizione. Infatti sarà durante il periodo di pratica obbligatorio che il dominus, cioè colui che avrà l'onere di introdurre l'aspirante scrivendo a muovere i primi passi nella nostra professione, dovrà attraverso la sua esperienza, il suo esempio ed i suoi insegnamenti introdurre il giovane professionista all'esercizio di una professione moralmente responsabile e consapevole. Una volta iscritti i professionisti hanno l'obbligo di partecipare annualmente ad un certo numero di eventi formativi. L'iscritto potrà scegliere di partecipare liberamente ad un certo numero di iniziative, ma ha sempre l'obbligo di partecipare annualmente almeno ad un evento formativo che parli di Ordinamento e Deontologia.