



*Università degli Studi di Bologna
Facoltà di Economia di Forlì*

MASTER IN FUND RAISING & CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

III Edizione – A.A. 2004/2005

ETICA D'IMPRESA

MATERIALE DIDATTICO

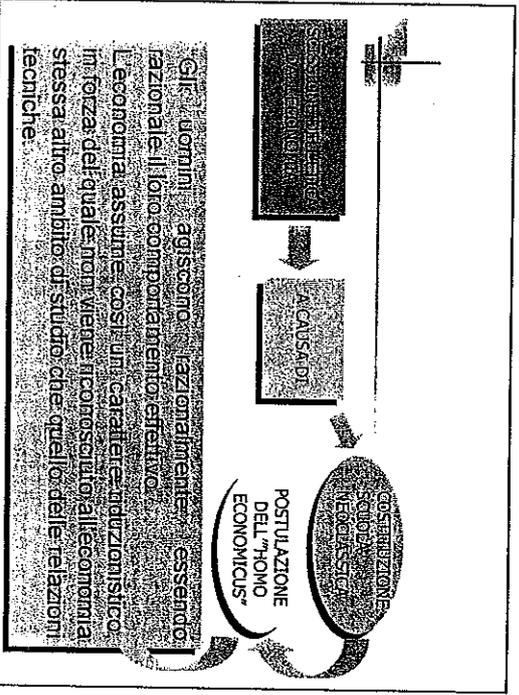
Conoscenze di base: insegnamento 100.5 C

Modulo II: Corporate Social Responsibility

Prof. Andrea Casadei

Docente responsabile: Prof. Giuseppe Ghini

Lo Stesso Smith nella "teoria dei sentimenti morali" afferma che "l'uomo secondo gli stori dovrebbe considerare se stesso no come qualcosa di separato e isolato, ma come un cittadino del mondo, un membro della vasta comunità della natura" e "nell'interesse di questa grande comunità egli dovrebbe sempre essere lieto che si adatti il suo piccolo interesse personale".



Philanthropy Centro Studi
Andrea Casadei

ETICA ED ECONOMIA

L'etica ha invariabilmente sempre un rapporto speciale con l'economia, perché l'economia, nel bene e nel male, non solo è strumento neutrale di conoscenza del comportamento umano, ma è anche uno strumento di modificazione degli assetti economici esistenti. (Stefano Zamagni)

X

Q

QUINDI...

Compito primario dell'impresa non è quello come sosteneva Friedman nel "New York Magazine" del 13 settembre del 1970 di accumulare profitto: **ma tale scopo dovrà essere ammesso come dovere del manager solo una volta che sia stato accertato che esso non viola diritti morali e altre richieste fondamentali di tutti gli stakeholder che hanno interessi rilevanti nella gestione dell'impresa.**

LA RSI COME SUPEREMANTO DELLA DICOTOMIA TRA ETICA SPECIALE ED ETICA GENERALE

Recenti studi hanno dimostrato tuttavia che **politiche di CSR orientate al soddisfacimento di un'etica generale (Goldman) non sono in antitesi bensì in correlazione positiva con la possibilità di raggiungere profitti** (etica speciale di Friedman). In tal modo strategie integrate di CSR costituiscono per l'impresa **l'anello di congiunzione** fra etica speciale (fare profitti) ed etica generale (contribuire al benessere della comunità in cui opera l'impresa).

A GOLDMAN...

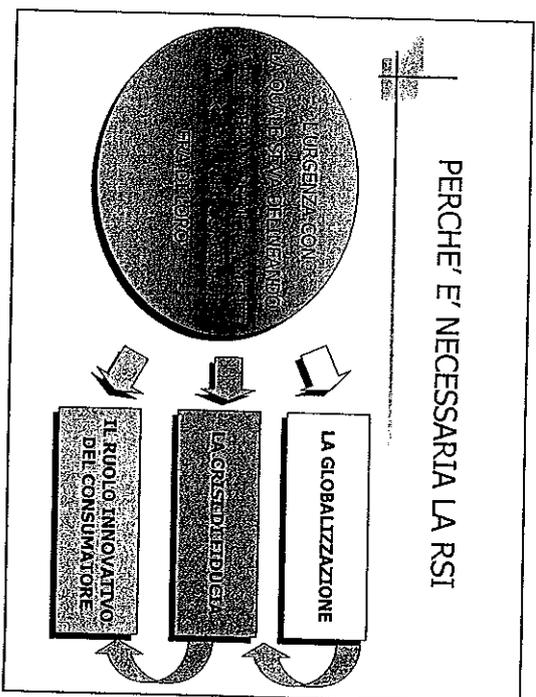
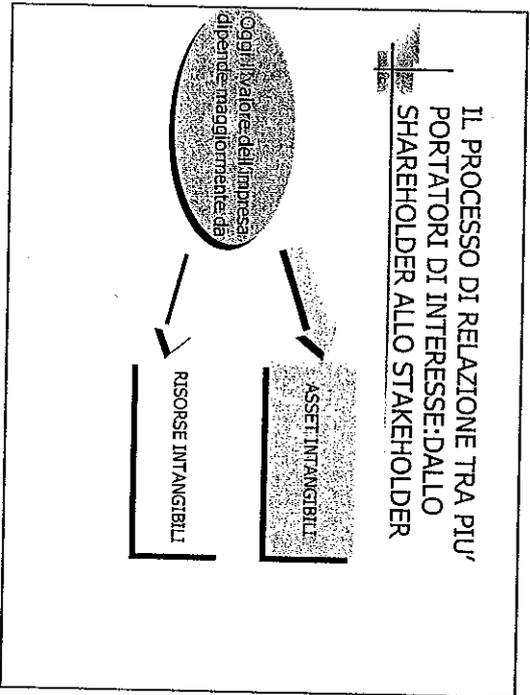
La massimizzazione dei profitti non può essere considerata come il valore costitutivo di un'etica speciale. Secondo Goldman, infatti, se i manager entrano in un ruolo che assegna loro lo scopo di massimizzare il rendimento dei capitali e tale scopo deve fondare un'etica speciale, allora la moralità generale dovrebbe attribuire particolare importanza a tale scopo.

A GOLDMAN...

A causa delle imperfezioni del mercato, tuttavia, la moralità generale richiede comportamenti che sono in netto contrasto con la possibilità di massimizzare i profitti. **In questi contesti, il manager dovrebbe soddisfare le richieste dei loro rapporto fiduciario con gli azionisti, solo una volta che tutte le domande della moralità generale siano state soddisfatte.**

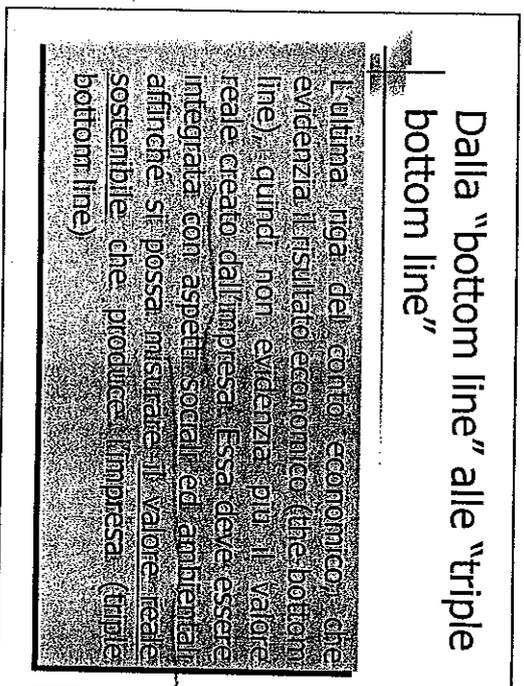
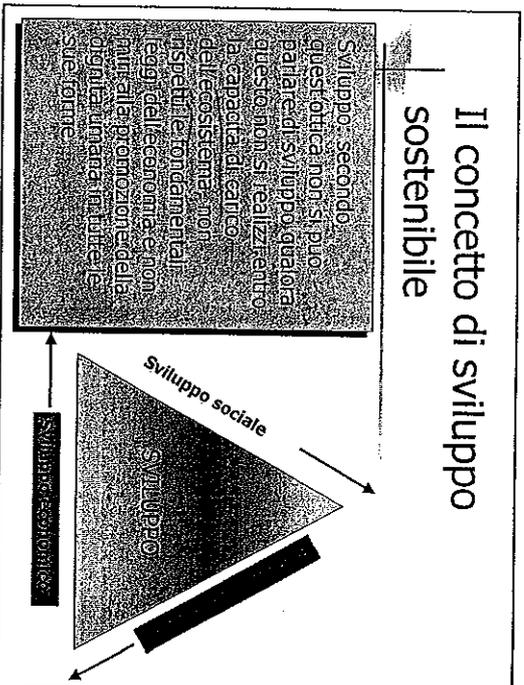
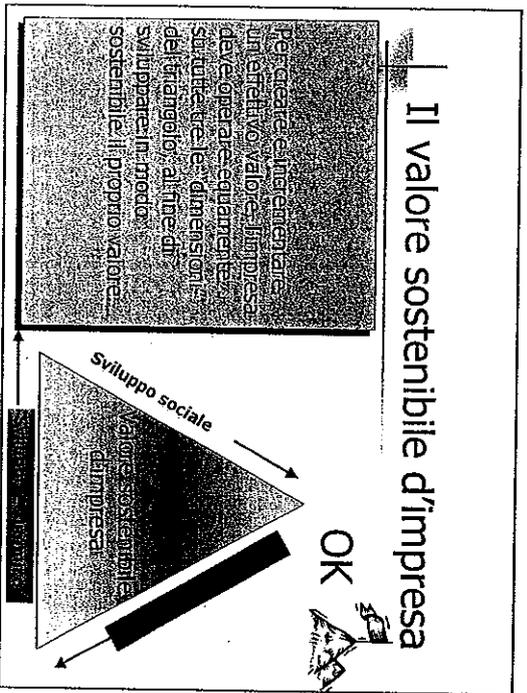
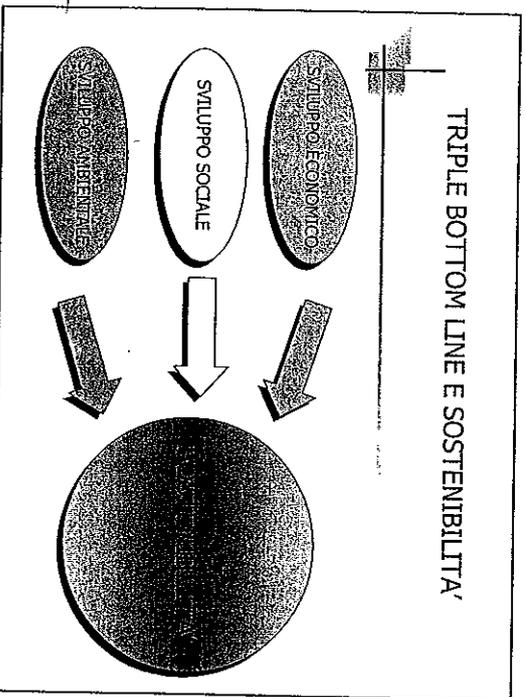
In quest'ottica, quindi, lo shareholder (azionista) è solamente una categoria di stakeholder che deve essere tutelata al pari di tutte le altre. L'obiettivo del profitto, quindi, non deve essere l'unico obiettivo da parte dell'impresa ma deve essere integrato con obiettivi più ampi di carattere sociale ed ambientale.

Cio significa che il profitto non deve essere il fine ultimo dell'impresa ma un mezzo per raggiungere qualcosa di ben più importante.



IL PROCESSO DI RELAZIONE TRA PIU' PORTATORI DI INTERESSE: DALLO SHAREHOLDER ALLO STAKEHOLDER

Compiuto il compito dell'impresa non è quindi quello di accumulare profitto (fregiamani) ma tale scopo dovrà essere ammesso come dovere del manager solo una volta che sia stato accertato che esso non viola diritti morali e altre richieste fondamentali di tutti gli stakeholder che hanno interessi rilevanti nella gestione dell'impresa.



TERZO LIVELLO

- MULTISTAKEHOLDER STANDARDS E PARTNERSHIPS COSTRUITE CON LE ISTITUZIONI
- COSTRUZIONE DI RAPPORTI CON SCUOLE E UNIVERSITA'
- ORIENTAMENTO ALLA CSR APPOGGIATO DAL PUBBLICO

PRIMO LIVELLO

- FILANTROPIA X
- GESTIONE DEL RISCHIO A BREVE TERMINE
- STANDARDS INDUSTRIALE X

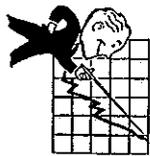
MOTIVAZIONI PER L'APPLICAZIONE DI POLITICHE "SOCIALMENTE RESPONSABILI"

- STRUMENTO DI MARKETING (scelta migliore)
- STRUMENTO DI COMPETIZIONE DI LUNGO PERIODO (scelta ingiurante)
- ESPRESSIONE DI UN'IMPRENDITORIALE INNOVATIVA (MOSSA DEI VALORI ENCI (Cooperative Socialfondazioni))

SECONDO LIVELLO

- MANAGEMENT SOSTENIBILE X
- RENDICONTAZIONE SOSTENIBILE
- RAPPORTO E DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER X
- INVESTIMENTI SOCIALI

La responsabilità sociale



investimento

NON

costo

