

## **Codice Etico**

Il Codice Etico è l'altra faccia del Bilancio Sociale. Infatti dalla missione aziendale si possono diramare due attività concomitanti, una più generale rivolta al controllo delle politiche d'impresa (il Bilancio Sociale), l'altra ai comportamenti individuali (il Codice Etico).

Può definirsi come la "Carta Costituzionale" dell'impresa, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione imprenditoriale.

E' un mezzo efficace a disposizione delle imprese per prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell'azienda, perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità etiche e sociali dei propri dirigenti, quadri, dipendenti e spesso anche fornitori verso i diversi gruppi di stakeholder.

Esso è il principale strumento di implementazione dell'etica all'interno dell'azienda.

Il Codice Etico è divenuto uno strumento per lo stakeholder manager, un mezzo che garantisce la gestione equa ed efficace delle transazioni e delle relazioni umane, che sostiene la reputazione dell'impresa, in modo da creare fiducia verso l'esterno.

La diffusione di tali documenti, sia pure di struttura e contenuto assai diversi tra loro, si è andata ad accrescere nel corso degli anni.

In particolare negli USA la redazione dei Codici Etici ha avuto una diffusione straordinaria, tanto che circa l'85% delle principali imprese del Paese ha adottato tale strumento. L'impulso è stato dato a partire dal 1991 quando il Governo degli Stati Uniti ha emanato delle norme specifiche (Federal Sentencing Commission Guidelines for Organizations) in materia di azioni criminali da parte delle imprese. L'aver realizzato un Codice Etico consente di provare la buona fede dell'azienda, nei casi di contestazione, ottenendo sconti sulle sanzioni.

In Italia tali Codici sono ancora con una diffusione limitata. Alcuni esempi ci vengono forniti dal Codice di Comit, Coop Adriatica (grande distribuzione), ENI, FIAT e di Glaxo Welcome (farmaceutica).

La struttura del Codice Etico può variare da impresa ad impresa, ma generalmente viene

sviluppato su quattro livelli:

1. I principi etici generali che raccolgono la missione imprenditoriale ed il modo più corretto di realizzarla;
2. Le norme etiche per le relazioni dell'impresa con i vari stakeholder (consumatori, fornitori, dipendenti, etc.);
3. Gli standard etici di comportamento
  - Principio di legittimità morale
  - Equità ed eguaglianza
  - Tutela della persona
  - Diligenza
  - Trasparenza
  - Onestà
  - Riservatezza
  - Imparzialità
  - Tutela ambientale
  - Protezione della salute
4. Le sanzioni interne per la violazione delle norme del Codice
5. Gli strumenti di attuazione.  
L'attuazione dei principi contenuti nel Codice Etico è affidata di solito ad un Comitato etico. Ad esso è affidato il compito di diffondere la conoscenza e la comprensione del Codice in azienda, monitorare l'effettiva attivazione dei principi contenuti nel documento, ricevere segnalazioni in merito alle violazioni, intraprendere indagini e comminare sanzioni.

Dove di solito è prevista la nomina di un Comitato etico con l'incarico di diffondere la conoscenza e la comprensione del Codice in azienda, monitorare l'effettiva attivazione dei principi contenuti nel documento, ricevere segnalazioni in merito alle violazioni, intraprendere indagini e comminare sanzioni.

La metodologia realizzativa prevede:

1. Un'analisi della struttura aziendale per l'individuazione della mission e dei gruppi di stakeholder di riferimento.
2. La discussione interna per l'individuazione dei principi etici generali da perseguire, le norme etiche per la relazioni dell'impresa con i vari stakeholder, gli standard etici di comportamenti.
3. La consultazione degli stakeholder per la condivisione dei principi etici generali e particolari per ogni gruppo.
4. L'adeguamento dell'organizzazione aziendale, delle procedure, delle politiche imprenditoriali con riferimento ai principi etici del Codice. In particolare riveste una notevole importanza l'attività di formazione etica finalizzata a mettere a conoscenza tutti i soggetti dell'impresa dell'esistenza del Codice e di assimilarne i contenuti. Il dialogo e la partecipazione sono indispensabili per far condividere a tutto il personale i valori presenti in questo importante documento.

## **Risorse**

In Italia il CELE (Centre for Ethics, Law & Economics), nuovo centro di ricerca del Libero Istituto Universitario Carlo Cattaneo di Castellanza, diretto dal prof. Lorenzo Sacconi, creato per costituire un luogo scientificamente eccellente di riflessione e di elaborazione sulla funzione, l'insorgenza e l'attuazione delle norme morali, giuridiche e sociali che regolano l'economia, da anni è impegnato per sviluppare cultura su tali tematiche.

## **Bibliografia e testi di consultazione**

- L. Sacconi, Etica degli affari, individui imprese e mercati nella prospettiva dell'etica razionale, Il saggiaiore, Milano 1991
- L.Sacconi, P.Santarone.L'etica del servizio, Fendac servizi, 1993
- L. Sacconi, Economia, Etica e Organizzazione, Il contratto sociale dell'impresa, Laterza, Roma-Bari, 1997.
- L.Sacconi, The Social Contract of the Firm, Economics, Ethics and Organisation, Springer Verlag, Berlin-Heidelberg, 2000