

# EMPOWERING LIVES THROUGH KNOWLEDGE AND IMAGINATION

MILANO | ITALY

## Cosa emerge dalla ricerca ASFOR “Etica, responsabilità pubblica, imprenditorialità e management”

**Elio Borgonovi**  
*Presidente CERGAS, Docente SDA Bocconi,  
Coordinatore scientifico della ricerca*

Milano, 7.10.2019

In collaborazione con



## GRUPPO DI RICERCA

**Elio Borgonovi**, presidente APAFORM, Docente SDA Bocconi, Coordinatore scientifico della ricerca

**Mauro Meda**, Segretario Generale ASFOR e APAFORM

**Mauro Montante**, ricercatore senior ISMO

**Vito Volpe**, presidente ISMO, Coordinatore scientifico della ricerca



## STRUTTURA DELLA RICERCA

### Indagine **quantitativa**:

- 429 questionari raccolti nel 2015 e 620 nel 2018

### Indagine **qualitativa**:

- 30 colloqui nel periodo 2016 - 2018



# STRUTTURA DEL QUESTIONARIO

Il **questionario**, dopo una parte riguardante le informazioni anagrafiche sul compilatore, si è articolato in **cinque blocchi logici**:

- il primo si propone di cogliere la **percezione della rilevanza “teorica” e “concreta”** attribuita dal compilatore al **tema dell’etica** nei diversi settori;
- il secondo intende evidenziare la **relazione tra etica, corruzione e attività di lobbying**, nonché il posizionamento del compilatore rispetto a una serie di potenziali **dilemmi etici**;
- il terzo intende far emergere il **valore evocativo dell’etica** rispetto ad altri termini-concetti e a diverse definizioni più largamente diffuse;
- il quarto si pone l’obiettivo di **verificare l’efficacia di diversi strumenti e leve** per diffondere la sensibilizzazione sul tema dell’etica;
- il quinto propone un approfondimento dello strumento **codice etico**.

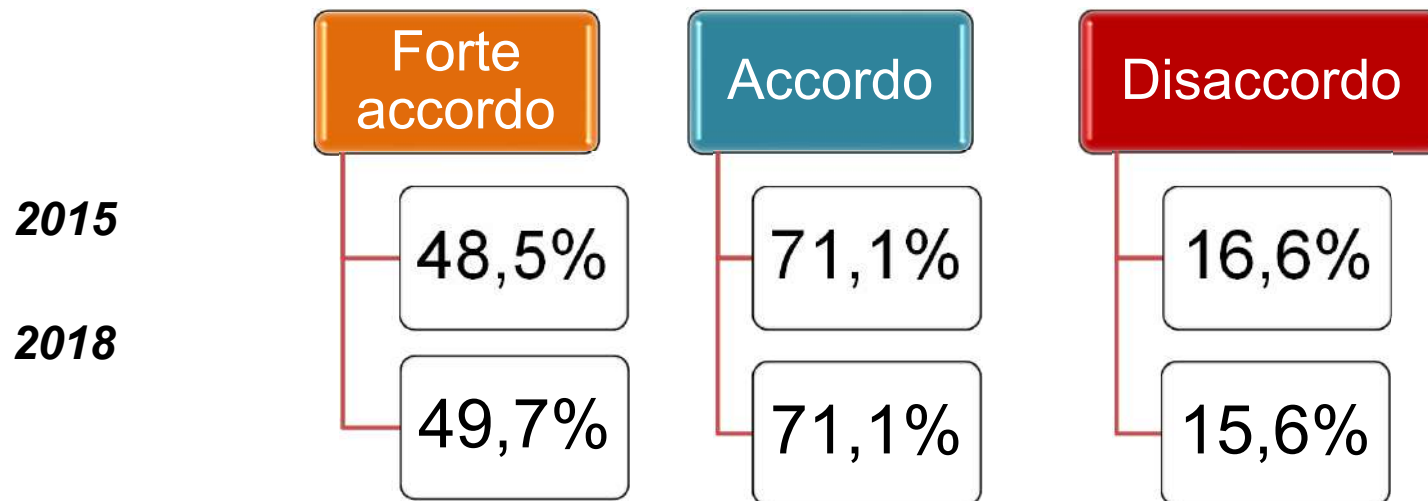
## RILEVANZA DELL'ETICA NEL CONTESTO ATTUALE

L'etica è considerata un tema rilevante nel dibattito attuale per la maggior parte dei rispondenti. Infatti la maggioranza si dichiara d'accordo con tale affermazione.

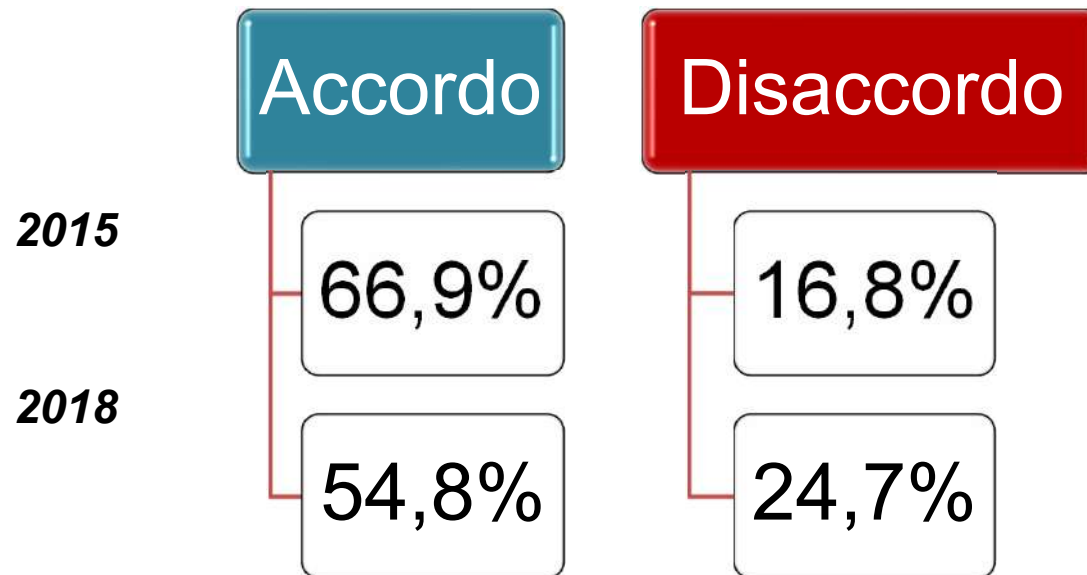
Meno di un quinto si dichiara in disaccordo.

Le **donne** presentano una **percentuale d'accordo superiore di circa 5-6 punti percentuali** rispetto agli uomini in entrambi gli anni.

La percentuale di chi si dichiara d'accordo aumenta con **l'aumentare dell'età** in entrambe le indagini.



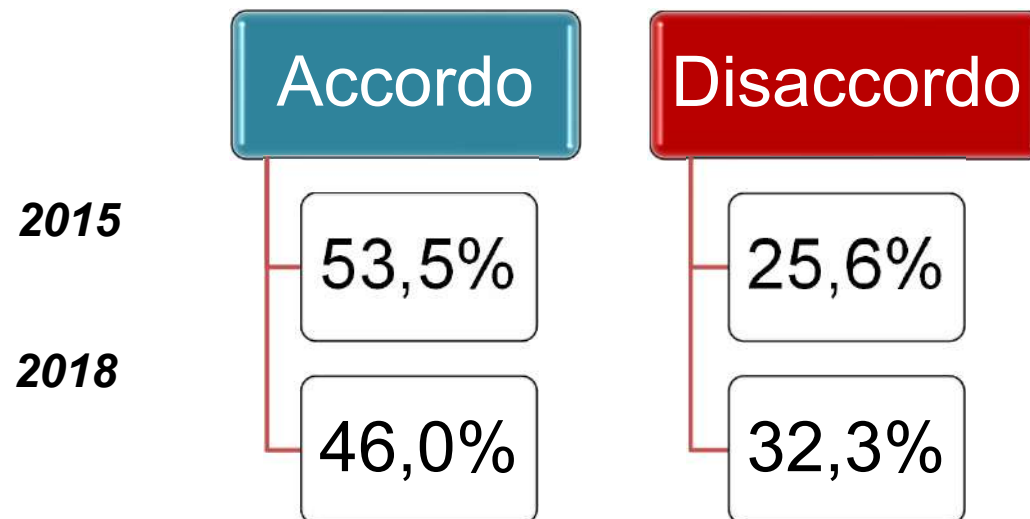
Tuttavia la maggioranza ritiene che si tratti di un **dibattito prevalentemente di facciata** che **non si traduce in comportamenti concreti**.



## ETICA E COMPETIZIONE - 1

La “**competizione di mercato**” viene considerata **fattore negativo nel breve periodo** ma **positivo nel medio-lungo periodo** (tab. 4)

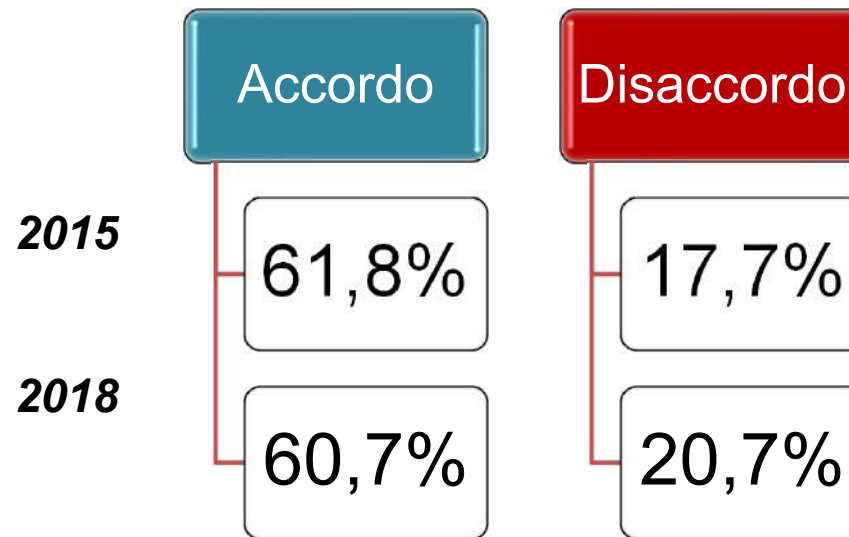
Infatti oltre la metà nel 2015 e poco meno della metà nel 2018 (rispettivamente 53,5% e 46%), ritiene che l'attuale sistema di competizione penalizzi nel breve periodo le imprese che adottano comportamenti etici.



La percezione di **effetti negativi della competizione diminuisce tra le due indagini (2015-2018)** poiché la percentuale di coloro che si dichiarano in disaccordo passa dal 25,6% al 32,3%.

## ETICA E COMPETIZIONE - 2

Al contrario, il **61,8% nel 2015** e il **60,7% nel 2018**, ritiene che il **sistema di competizione** **avvantaggi nel medio lungo periodo** le imprese che adottano comportamenti etici, con una percentuale di disaccordo intorno al 20%.





# DIFFUSIONE DELL'ETICA NEI SETTORI PUBBLICO E PRIVATO - 1

- Dalle risposte **non emerge una prevalenza del senso etico nel settore privato rispetto al pubblico**. Infatti, le percentuali di accordo e disaccordo sono quasi uguali nel 2015: rispettivamente 40,0% e 37,9%.  
Mentre nel 2018 la percentuale di accordo è addirittura inferiore a quella di disaccordo: rispettivamente 32,1% e 48,5% (tab. 6).
- Più netto è il giudizio se la domanda è posta in senso contrario: infatti una **netta minoranza esprime accordo** nel ritenere che **il senso etico sia più diffuso nel settore pubblico rispetto al privato**: 9,2% nel 2015 e 21,4% nel 2018. Mentre una **decisa maggioranza si dichiara contraria**: 73,7% nel 2015 e 58,1% nel 2018 (tab. 7).
- La differenza fra i due anni è quasi sicuramente attribuibile alla maggiore percentuale di appartenenti al settore pubblico nel campione del 2018.

## DIFFUSIONE DELL'ETICA NEI SETTORI PUBBLICO E PRIVATO - 2

- Una **percentuale significativa** dei rispondenti **dichiara che la maggiore difficoltà di assumere comportamenti etici nel settore pubblico** è riconducibile alla complessità dei processi di governo e alle definizioni delle politiche: 45,8% nel 2015 e 39,6% nel 2018 (tab. 8).
- Si tratta di una valutazione che richiederebbe approfondimenti in quanto una elevata percentuale di rispondenti si dichiara in disaccordo: 38,9% nel 2015 e 46,1 % nel 2018.

## DIFFUSIONE DELL'ETICA NEI SETTORI DI ATTIVITÀ

- L'**85,2%** nel 2015 e l'**87,2%** nel 2018 si dichiara **contraria** all'affermazione secondo cui vi sarebbero **differenze per quanto riguarda la diffusione dell'etica nei diversi settori dell'economia** (tab. 9).
- Se però si scende nello specifico la **maggioranza ritiene che il senso etico sia più debole nel settore della finanza** (accordo 63,6% nel 2015 e 59,5% nel 2018) con un disaccordo intorno al 20% (tab.10).
- La **maggioranza ritiene che il senso etico sia più forte nel settore non profit rispetto alle imprese for profit** (accordo 58,1% nel 2015 e 54,6% nel 2018), anche in questo caso con un disaccordo intorno al 20% (tab.11).

## FATTORI CHE INFLUENZANO COMPORTAMENTI ETICI

- Circa  $\frac{1}{4}$  dei rispondenti dichiara di ritenere che **la presenza di chiare regole favorisca l'adozione di comportamenti etici**: accordo 72,4% nel 2015 e 75,6% nel 2018 (tab. 12).
- Il 44,0% nel 2015 e il 45,7% nel 2018 ritiene **che i comportamenti etici non siano stati influenzati negativamente dalla crisi economica**.  
Di opposto parere è il: 39,3% nel 2015 e il 33,5% nel 2018 (tab. 14).

## ETICA COME VALORE INDIVIDUALE

- Una **significativa maggioranza ritiene che i comportamenti etici rientrino nella sfera dei valori individuali**: il 69,7% nel 2015 e il 71,3% nel 2018 si dichiara d'accordo con tale affermazione, con una percentuale di disaccordo che si attesta al 14% circa in entrambi gli anni (tab. 16).
- Questa considerazione è considerevolmente accentuata **dall'elevato livello di accordo sul ruolo determinante dei vertici e di coloro che hanno significative posizioni di responsabilità**: accordo 90,0% nel 2015 e 90,09% nel 2018 (tab. 18).

## STRUMENTI PER DIFFONDERE L'ETICA

- La **formazione su temi etici è considerata strumento efficace** per il 76,2% nel 2015 e l'83,2% nel 2018 (tab. 59).
- Pressoché la totalità, **oltre il 95,0% nei due anni, ritiene che l'esempio dei vertici aziendali e del superiore diretto abbia la massima efficacia nel diffondere l'etica (tab. 67 e 68).**
- **Strumenti formali** - quali applicazione di leggi/linee guida protocolli anticorruzione, codici etici, organi di vigilanza, bilancio sociale, indicatori di impatto sociale e altri strumenti di CSR - **sono considerati efficaci da poco più della metà dei rispondenti**, mentre **social network e certificazione etica SA 8000, trovano l'accordo solo del 40% circa** in entrambi gli anni (tab. 61 e succ.)

## FENOMENO CORRUZIONE

- Mentre è confermato che **la maggioranza dei rispondenti ritiene la corruzione nei rapporti tra imprese e amministrazioni pubbliche** (accordo 80,0% nel 2015 e 61,9% nel 2018), **una percentuale significativa di rispondenti ritiene che la corruzione sia diffusa anche fra privati:** accordo 48,1% nel 2015 e 40,9% nel 2018, (tab. 19 e 20).
- Interessante rilevare che oltre la metà dei rispondenti ritiene che la **corruzione sia diffusa anche all'estero:** accordo 67,6% nel 2015 e 59,0% nel 2018 (tab. 22). Probabilmente in alcuni Paesi è combattuta con maggior efficacia, non solo con leggi ma con forme di moral suasion sociale.
- Le **attività di lobbying** non regolate **favoriscono la corruzione** per il 74,3% nel 2015 e 71,2% nel 2018. (tab.26)

## VALORE EVOCATIVO DELL'ETICA: INDIVIDUALE

- Nelle due indagini rimane invariato l'ordine delle preferenze. Per tutte le opzioni i **valori dell'indagine 2018 sono superiori a quelli dell'indagine 2015**.
- I due concetti per i quali la quasi totalità dei rispondenti esprime accordo sono: **correttezza** 95,2% di accordo nel 2015 e 94,0% nel 2018; e **integrità** 93,4% di accordo nel 2015 e 95,8% nel 2018 (tab. 42-43).
- Si collocano in una **fascia intermedia, comunque molto alta**, sia per quanto riguarda l'accordo sia per quanto riguarda il forte accordo: **legalità** 85,9% di accordo nel 2015 e 89% nel 2018; **moralità** 84,8% nel 2015 e 87,1% nel 2018 e **giustizia** 84,3% nel 2015 e 87,6% nel 2018 (tab. 44-46).
- **Il livello più basso di accordo** che, tuttavia, si aggira attorno ai  $\frac{3}{4}$  è riferito a **meritocrazia** 75,8% di accordo nel 2015 e 76,3% nel 2018; **imparzialità** 73,7% nel 2015 e 80,7% nel 2018 (tab. 47-48).



## DEFINIZIONE DI ETICA - 1

Definizione	Nr. Risposte 2015	Nr. Risposte 2018
f) Ricerca del bene comune o dell'interesse generale.	268	409
j) Comportamenti che si preoccupano di evitare effetti negativi derivati dalle proprie scelte e azioni su altre persone.	208	307
a) Ricerca di ciò che è bene per la persona, di ciò che è giusto fare o non fare.	190	313
h) Cercare di introdurre nella propria attività i valori e i principi delle dichiarazioni di organismi internazionali sui diritti dell'uomo.	161	281

## DEFINIZIONE DI ETICA - 2

Definizione	Nr. Risposte 2015	Nr. Risposte 2018
g) Comportarsi secondo le cosiddette Leggi del diritto naturale, ossia valori comuni a più culture, religioni, filosofie morali.	139	253
b) Fare solo ciò che una persona giudica coerente con la propria coscienza, anche quando ciò può danneggiare l'interesse personale...	127	230
i) Comportarsi secondo principi ritenuti assoluti secondo il pensiero religioso, filosofico, morale al quale la persona aderisce.	102	194
d) Fare tutto ciò che è necessario per salvaguardare, rafforzare, sviluppare la propria impresa tenendo conto dei vincoli esterni.	95	184

## DEFINIZIONE DI ETICA - 3

Definizione	Nr. Risposte 2015	Nr. Risposte 2018
k) Ottimizzare/massimizzare i risultati dati da certi vincoli esterni.	93	197
c) Saper distinguere e tener separati gli ambiti delle conoscenze scientifiche e/o oggettive nel proprio campo di attività dal credo religioso, dal pensiero filosofico, dai valori di fondo nei quali la persona si identifica/aderisce.	88	204
e) Fare tutto ciò che è necessario per migliorare/massimizzare/ottimizzare il livello di funzionalità di un ente pubblico o di un'organizzazione non profit nel rispetto dei vincoli di legge.	74	235

# SINTESI DELL'INDAGINE QUANTITATIVA E QUALITATIVA

- Solo in pochi casi emergono forti polarizzazioni.
- Consapevolezza che non esistono soluzioni facili per comportamenti etici.
- Crisi dell'attuale modello di capitalismo, ma non emergono chiare proposte alternative.
- Sembrano prevalere soluzioni di tipo "fai da te" di carattere individualistico.
- L'etica sembra confinata alla sfera individuale, pre-politica.
- Non esiste più, o non esiste ancora, un riferimento *erga omnes*: problema strutturale o strategia dei gruppi dominanti per indebolire il senso etico?
- Emerge l'esigenza di un'etica del pluralismo, ma difficoltà di costruire una nuova concezione di bene comune.
- Critica al principio dell'etica del capitalismo e dell'accumulazione: la virtù della ricchezza, ma anche la ricchezza come virtù.
- Il sociologo americano del secolo scorso, Charles Wright Mills definiva la società e l'economia del '900 come "macchina della razionalità senza ragione", in quanto costruita per la crescita e lo sviluppo continuo, non per la crisi.