

Il commento

ALESSANDRO DE NICOLA

## L'ATTUALITÀ DI FRIEDMAN

Nel settembre del 1970, 50 anni fa, il *New York Times* pubblicò un lungo articolo del futuro premio Nobel Milton Friedman sulla responsabilità sociale delle imprese. La tesi dell'economista era lineare: in un mercato concorrenziale non afflitto da monopoli, lo scopo dell'impresa è quello di massimizzare il profitto.

pagina 13 →

Il commento

ALESSANDRO DE NICOLA

## LA VALIDITÀ DELLA LEZIONE DI FRIEDMAN SUI PROFITTI

**N**el settembre del 1970, 50 anni fa, il *New York Times* pubblicò un lungo articolo del futuro premio Nobel Milton Friedman sulla responsabilità sociale delle imprese. La tesi dell'economista era lineare:

in un mercato concorrenziale non afflitto da monopoli, lo scopo dell'impresa è quello di massimizzare il profitto, nel rispetto della legge che a sua volta si può riassumere nei due brocardi *neminem laedere*, non danneggiare gli altri con truffe e raggiri e *pacta sunt servanda*, che non ha bisogno di traduzioni.

La teoria di Friedman è stata alla base della dottrina dello *shareholders' value*, secondo la quale gli azionisti di una società sono i suoi aventi diritto residuali, cioè coloro i quali vengono pagati solo dopo tutti gli altri soggetti in rapporti con la società, dai fornitori ai lavoratori, dalle banche alle vittime di comportamenti dannosi, i quali sono protetti o da contratti o dalla legge. Il dovere fiduciario degli amministratori consiste perciò nell'accrescere il valore dell'impresa per soddisfare la remunerazione del capitale investito dai soci.

Già da molti anni è però sorta la teoria dello *stakeholders' value*, ossia l'obbligo per la società di tenere presente la sua responsabilità sociale verso una molteplicità di altri soggetti: i dipendenti, le loro famiglie, i fornitori, i consumatori, le comunità circostanti gli impianti produttivi, le minoranze, l'ambiente e così via. Il concetto è sempre stato un po' macchinoso, perché è difficile fare una gerarchia tra tutti gli aventi diritto alla benevolenza di un'azienda, ma ha portato a cambiamenti anche normativi. Se pensiamo all'Italia, si può citare il bilancio sociale che deve essere approvato dalle quotate, l'istituzione delle società-benefit, che già nello statuto fissano principi "altruistici" cui attenersi e - sotto un certo profilo - pure le quote-rosa, giustificate in parte da una presunta e non dimostrata costante maggiore efficienza della presenza obbligatoria (volontaria è un altro discorso) di donne nel cda, ma che in realtà servono a dare maggiori opportunità al genere tradizionalmente sottorappresentato nei consigli.

Cerchiamo di capire le ragioni del perché la filosofia di Friedman, per quanto a prima vista poco empatica, sia tutt'oggi la più sensata.

**Individualismo Metodologico.** Solo gli individui pensano e agiscono, non le entità astratte: non lo Stato, non il proletariato e nemmeno il mercato finanziario. Quindi, se con l'invenzione della Compagnia delle Indie si è creata la moderna società per azioni, con la concessione della responsabilità limitata e della personalità giuridica, ciò non toglie che fundamentalmente essa sia un contratto tra soggetti che si riuniscono per uno scopo di lucro. La filantropia *latu sensu* la si può fare individualmente (come Bill Gates o Warren Buffet) o attraverso le società benefit che sono state create a questo scopo. Naturalmente, questo non impedisce agli amministratori di lanciare campagne a favore del Wwf perché questo rende più "simpatica" l'impresa o - meglio ancora - di trattare bene i collaboratori e metterli in condizione di far valere i loro talenti senza alcuna discriminazione, perché questo aumenta la produttività, la reputazione aziendale e, in ultima analisi, i profitti.

**Arlecchino servo di due padroni.** I manager e gli amministratori che tipo di priorità dovranno dare nella loro gestione aziendale? Quanto guadagno e quanto afflato sociale? E sono in grado di sapere cosa serve veramente alla Nazione? Si rischia di consegnare agli amministratori il potere di amministrare soldi non propri secondo le loro personali idiosincrasie (il museo X va bene, quello Y no) o secondo le *nouvelles vague* politiche del momento. Attenzione però: oggi la maggioranza pensa che responsabilità sociale voglia dire porre in essere vaghi ideali progressisti, domani, cambiando il vento, potrebbe significare "prima gli italiani", "prima i musulmani o i cristiani" o la difesa dei valori morali tradizionali o il proibizionismo degli alcolici.

**Il Leviatano.** In un ordinamento giuridico iper regolamentato e con una forte presenza dello Stato nel capitale delle imprese è ancor più importante che l'obiettivo sia il lucro. Se la normativa sulla salute e sicurezza sul

lavoro, quella ambientale, quella sulla qualità dei prodotti sono molto stringenti, cosa dovrebbe fare di più il manager? E, soprattutto, l'amministratore di società pubblica come potrebbe resistere alle pressioni politiche di assumere Tizio o Caio, aprire lo stabilimento nel collegio elettorale di Sempronio o sacrificare quello del collegio di Mevio, se non ci fosse lo shareholders' value a proteggerlo?

**Il Cliente-Re.** Gli utili dimostrano che in condizioni di concorrenza l'imprenditore in realtà sta assolvendo alla sua responsabilità sociale nei confronti della categoria più appropriata, cioè i suoi clienti, i quali riempiono le casse sociali grazie alla preferenza accordata ai prodotti o servizi che comprano e che evidentemente dimostrano di avere un

miglior rapporto qualità-prezzo rispetto agli altri. Anzi, se non adempisse al suo compito di performare sempre meglio, allora si che l'impresa si dimostrerebbe antisociale creando una perdita di ricchezza complessiva alla società civile.

Insomma, mezzo secolo è passato, ma l'icastica frase che Milton coniò per riassumere il suo pensiero rimane valida: the business of business is business.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

