

# MANIFESTO DELL'IMPRESA ETICA

1. **PROFITTO.** Il profitto è indicatore e criterio regolatore dello stato di salute dell'impresa; va sempre legato ad una prospettiva di utilità sociale nel lungo periodo e inteso come equilibrio economico e di sostenibilità economica e sociale. *'È necessario orientare l'attività economica in senso evangelico, cioè al servizio della persona e del bene comune'* (Francesco, udienza all'UCID 31 ottobre 2015). *'L'impresa deve caratterizzarsi per la capacità di servire il bene comune della società mediante la produzione di beni e servizi utili. L'obiettivo dell'impresa deve essere realizzato in termini e con criteri economici, ma non devono essere trascurati gli autentici valori che permettono lo sviluppo concreto della persona e della società. Nell'impresa, pertanto, la dimensione economica è condizione per il raggiungimento di obiettivi non solo economici, ma anche sociali e morali, da perseguire congiuntamente'*. (Compendio della Dottrina Sociale della Chiesa).
2. **RISPETTO DELL'AMBIENTE, ECOLOGIA INTEGRALE.** Oggi le nuove emergenze ambientali impongono agli operatori economici uno sforzo a concorrere alla custodia del creato che, in un mondo globalizzato è diventato ormai casa comune dentro cui tutti siamo chiamati a costruire le nostre esistenze. *'I componenti dell'impresa devono essere consapevoli che la comunità nella quale operano rappresenta un bene per tutti e non una struttura che permette di soddisfare esclusivamente gli interessi personali di qualcuno'*. (CDSC).
3. **AZIENDA, COMUNITA', RELAZIONI.** L'azienda non è soltanto un complesso di beni ma anche comunità di persone senza le quali quei beni non porterebbero frutto. Gli uomini *'costituiscono il patrimonio più prezioso dell'azienda'* (CDSC). L'impresa deve cercare di astenersi da comportamenti lesivi dell'integrità sia patrimoniale che sociale che mirino ad ottenere un facile risultato di breve periodo, bisogna che siano riconosciuti e rispettati come *stakeholder* tutti coloro che entrano in relazione con l'azienda sia direttamente, coloro i quali contribuiscono alla realizzazione della *mission* aziendale, sia indirettamente, coloro i quali ne subiscono semplicemente gli effetti positivi o negativi. Stato e mercato non esauriscono la dimensione dell'uomo e dell'economia, vi è anche quella complessa rete di relazioni sociali improntate alla fiducia, all'onestà, alla gratuità, all'amicizia e alla sussidiarietà che costituisce un *asset* strategico e il volano per uscire dalla crisi.
4. **DONNE E MADRI, RISORSA NON OSTACOLO.** La donna, con i doni antropologici che le sono propri e la distinguono positivamente dagli uomini, è una risorsa imprescindibile per l'impresa, l'economia e la società tutta. Perciò l'impresa etica si sforza di valorizzare sempre la propria componente femminile per tutto quello che di peculiare ha da offrire e riconosce nella maternità una espressione inviolabile, sacra, della donna che è fondamentale e costituisce risorsa umana ed economica per l'intera società. Si impegna pertanto a non imporre alla donna l'alternativa fra maternità e lavoro per tutto quanto le è possibile e a non mettere in campo strumenti discriminatori. *'Penso in modo particolare alle lavoratrici: la sfida è tutelare al tempo stesso sia il loro diritto ad un lavoro pienamente riconosciuto sia la loro vocazione alla maternità e alla presenza in famiglia. La donna dev'essere custodita, aiutata in questo doppio lavoro: il diritto di lavorare e il diritto della maternità'* (Francesco, udienza all'UCID 31 ottobre 2015).
5. **CREARE OPPORTUNITA' DI LAVORO PER TUTTI.** L'uomo mostra il suo valore e le sue capacità in azione, per questo la disoccupazione in particolar modo quella giovanile è una piega capace di generare effetti perversi e regressivi nella società. L'impresa etica antepone la creazione di posti di lavoro alle operazioni speculative e si impegna anche come attore civile a contrastare la disoccupazione. *'Siate creativi nel creare opportunità di lavoro che vadano avanti e diano lavoro, perché chi non ha lavoro non solo non porta il pane a casa ma perde la dignità! E a tracciare questa strada contribuiscono anche le iniziative di confronto e di studio, che realizzate sul territorio'* (Francesco, udienza all'UCID 31 ottobre 2015).
6. **FAMIGLIA, FESTIVITA'.** La famiglia è un pilastro dell'economia, essendo il luogo di accoglienza e di crescita della nuova vita e la prima società naturale nella quale si coltivano la gratuità e il sostegno reciproco. L'impresa etica si impegna a non invadere sistematicamente la sfera di intimità e comunione della famiglia, non costringendo il lavoratore a rinunciare a dedicarsi a tale dimensione almeno nei giorni di festa e di riposo settimanale.
7. **CLIENTI E FORNITORI, SERVIRE NON SERVIRSI.** L'impresa etica assume una responsabilità più ampia, trasparente e rispettosa sia delle normativa vigente che del sociale, attenta non solo ai risultati economici ma anche agli effetti che i mezzi che hanno contribuito ad ottenerli generano. Stabilisce rapporti commerciali e non, alla cui base vi siano principi di trasparenza e legalità, informa tempestivamente fornitori e clienti circa le attività e decisioni che possano inficiare i rapporti. Seleziona clienti e fornitori garantendo i suddetti principi nonché metodi di pagamento e di incasso che siano accettabili e rispettosi della continuità aziendale di fornitori e clienti.
8. **BILANCIO E IMPEGNO SOCIALE.** L'impresa etica predispone il bilancio sociale e si impegna nelle promozione di iniziative di responsabilità sociale. *'Il Bilancio Sociale è uno strumento straordinario, rappresenta infatti la certificazione di un profilo etico, l'elemento che legittima il ruolo di un soggetto, non solo in termini strutturali ma soprattutto morali, agli occhi della comunità di riferimento, un momento per enfatizzare il proprio legame con il territorio, un'occasione per affermare il concetto di impresa come buon cittadino, cioè un soggetto economico che perseguendo il proprio interesse prevalente contribuisce a migliorare la qualità della vita dei membri della società in cui è inserito. La missione aziendale e la sua condivisione sono elementi importanti per ottenere il consenso della clientela, del proprio personale, dell'opinione pubblica'*. ([www.bilanciosociale.it](http://www.bilanciosociale.it)).