

# Senza regole e valori il mercato deraglia

È possibile produrre valore a mezzo di valori. Ho avuto l'opportunità di riflettere su questo tema in occasione della prolusione che ho tenuto lunedì scorso all'apertura del 788° anno accademico dell'Università di Padova su «Impresa e capitale umano». Ne propongo alcuni passaggi. L'inadeguatezza delle regole che presidono l'attività finanziaria è solo un aspetto della crisi con cui si chiude il primo decennio di questo secolo. La discussione non riguarda però l'impresa privata e il suo ruolo. Due certezze ci sono state, infatti, consegnate dal secolo precedente. La *prima* è che la libertà d'intraprendere è strettamente legata alle libertà politiche e che il modello sociale che ne deriva ha vinto sugli assetti autoritari e statalistici. La *seconda* è che senza regole, interventi correttivi, poteri controbilanciati, il sistema economico tende a degenerare e a creare squilibri che mettono a rischio i livelli di benessere raggiunto e deteriorano la già dubbia equità della sua distribuzione. *Entrambe* si devono oggi confrontare con la sostenibilità della crescita la cui interruzione appare paralizzante e la cui ripresa non si prospetta robusta e duratura se accanto alla stabilizzazione e al miglioramento degli indicatori economici, ecologici e sociali non emergeranno nuovi e antichi valori capaci di dare nuovi significati al fare impresa e al lavorarci. E sbagliano i fautori della «decrescita» che suona come una beffa in un mondo dove un miliardo e duecentomila persone vive con meno di un dollaro al giorno. Altra cosa è invocare la *qualità* della crescita che costituisce tra l'altro la strada per rimettere in moto i meccanismi dello sviluppo. Economia di mercato non significa società di mercato.

Per mantenere le sue promesse e non deragliare, il mercato oltre che di regole ha bisogno di valori. Oggi all'impresa è richiesta la capacità di produrre una visione che dia coerenza alle azioni e agli attori, alle tecniche e ai ruoli. Se oggi si sente un *bisogno di etica*, non è solo o tanto perché l'impresa divenga più morale, ma è soprattutto perché la perdita di senso mette in pericolo la sua sopravvivenza. I *valori deboli* si piegano all'egoismo e all'opportunismo, arricchiscono pochi e dividono. I *valori forti* alimentano la responsabilità sociale e l'equità, arricchiscono tutti e uniscono. Tra questi valori c'è il riconoscimento dell'importanza insostituibile di *attori liberi*, responsabili, motivati, capaci di moltiplicare la loro efficacia attraverso l'ibridazione, la fertilizzazione incrociata, il rispetto delle differenze, la consapevolezza delle conseguenze «ecologiche» a lungo termine delle loro azioni. Solo così l'impresa legittima il suo ruolo e crea le condizioni che consentono al capitale umano di conservarsi e svilupparsi, generare utilità, consolidare legami, condividere valori e significati. Senza significati non si governano le imprese.

[g.costa.cdv@virgilio.it](mailto:g.costa.cdv@virgilio.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA