

AFFARI E MALAFFARE

È alle aziende che tocca prevenire le infiltrazioni criminali nell'economia

Federico Maurizio d'Andrea

Si è recentemente svolto un interessante convegno organizzato da Assolombarda («Le infiltrazioni mafiose al tempo del Covid-19. Le imprese fanno quadrato contro le incursioni nel tessuto produttivo») nell'ambito del quale si è cercato di fotografare lo stato di salute del sistema

economico e imprenditoriale lombardo, con precipuo riguardo alla capacità di quest'ultimo di resistere e reagire a quella

che può essere considerata una patologia nella patologia:

la permeabilità del tessuto produttivo alla criminalità organizzata e l'incidenza della pandemia sulla diffusione di questa piaga sociale, culturale ed economica.

Premesso che le quantificazioni di ciò che è sommerso non appassionano, appare utile ricordare che, a prescindere dai numeri (solitamente a effetto), il fenomeno debba essere analizzato nella sua intrinseca pericolosità, oggi accentuata dalle ferite e dalle difficoltà arrecate al mondo economico ed imprenditoriale da una pandemia che ha reso l'intero sistema più vulnerabile alle peggiori contaminazioni – sovente in forma di “aiuto” – della malavita.

In questo senso, è del tutto condivisibile il punto di vista di chi afferma la centralità delle misure preventive utilizzate per porre un freno a questa nuova recrudescenza del fenomeno mafioso. I sequestri e le confische antimafia, le misure interdittive prefettizie per gli appalti pubblici così come le misure preventive previste dal Codice Antimafia o comunque tutti quegli strumenti cosiddetti di prevenzione specifica sono indubbiamente centrali e mirati per reagire e ridurre gli effetti patogeni di questo virus sociale.

Una società civile che si pone con fermezza l'obiettivo di sradicare il fenomeno, tuttavia, può e deve fare di meglio e di più. Se l'obiettivo comune del Paese è trovare gli anticorpi che possano una volta per tutte impedire l'infiltrazione – ossia quella «penetrazione lenta e furtiva di persone singole o di piccoli gruppi [...] in luoghi, ambienti, organismi da cui dovrebbero essere esclusi» – occorre necessariamente iniziare a riflettere sull'importanza della prevenzione cosiddetta generale nelle singole aziende, prima ancora di parlare del sistema industriale latamente inteso.

Deve, infatti, essere ricordato che le imprese “infiltrate” non fanno parte della cosiddetta economia non osservata (composta, come noto, dalla economia sommersa e da quella illegale): al contrario, esse fanno parte integrante del circuito della economia legale e concorrono alla misurazione del Prodotto nazionale lordo.

Questo è un aspetto da sottolineare in quanto è, tra l’altro, la dimostrazione di come l’analisi del solo aspetto economico non sia espressiva (o lo sia solo parzialmente) del grado di civiltà di un Paese.

Di conseguenza, non è seriamente pensabile che la tutela del corretto operare del sistema economico sia affidata esclusivamente agli interventi, per forza di cose episodici, delle Autorità e Polizia giudiziarie: la loro meritoria opera non può certo essere considerata espressiva di quel che accade nel mercato.

Gli attori della repressione non possono essere quelli della prevenzione: quest’ultima non può che avvenire nelle aziende, all’interno delle quali deve prevalere una sana autoregolamentazione, che passi

prioritariamente attraverso una vera selezione dei vertici e

del *management* apicale.

E, da questo punto di vista, le associazioni di categoria – Confindustria *in primis* – hanno un ruolo insostituibile, nel pretendere la adesione convinta degli associati alle regole comportamentali di base, in relazione alle quali dovrebbe essere la competizione, e solo la sana competizione, a decidere le sorti delle aziende stesse.

Si ha, viceversa, la sensazione che, a monte, manchino proprio

regole condivise e che gli sforzi delle associazioni siano destinati a magri risultati se non si cambiano completamente le logiche che, ancora oggi, rappresentano ostacoli seri all’affermarsi di dura,

ma sana competizione.

Il tema va affrontato all’interno delle aziende e non all’esterno, avendo riguardo al funzionamento reale delle attività del Consiglio d’amministrazione e degli organi e delle funzioni di controllo: dei Cda, per evitare inutili formalità partecipative di vacui parlatori o, al contrario, di silenti spettatori; degli organi e delle funzioni di controllo, per evitare che la permanenza e la successiva riconferma siano le uniche guide delle operatività degli uni e delle altre.

È il meccanismo dell’autodisciplina che deve essere continuamente incoraggiato e monitorato: non per gli inutili, penosi, sermoni di fine anno delle istituzioni di controllo (sempre pronte a far la morale agli altri), ma per impedire la contaminazione dell’economia legale e, a seguire in un rapporto causa-effetto, lo svilimento delle regole competitive.

Certamente non si vuol qui propugnare un “mercato morale”, che non esiste e non ha ragione d’essere; ma altrettanto certamente si vuol qui rimarcare come una dose di moralizzazione del mercato sia necessaria e come questa possa essere aiutata dall’accettazione di poche regole condivise dalle maggiori organizzazioni.

In particolar modo nelle aziende in cui il principale azionista è il mondo pubblico, una minima dose di moralizzazione dovrebbe passare attraverso precise prese di posizione (se si vuole anche banali): solo per esplicitare un minimo comune denominatore e per restare ancorati all’attualità, si potrebbe procedere alla sostituzione immediata di chi attua comportamenti conclamatamente non virtuosi e di chi presenta *curricula* con gravi ombre giudiziarie.

È la continua attuazione di comportamenti deontologicamente orientati che è il vero antidoto all’ingresso di irregolarità nelle aziende; è il continuo corretto funzionamento dei Cda e degli organi e funzioni di controllo che rappresenta un

baluardo della vera competizione e della

messa al bando del malaffare: se le nefandezze sono tenute a bada, si aiuta la diffusione della *compliance culture* sostanziale e si è attori del cambiamento del paradigma dell’approccio al mercato nella logica della continuità aziendale.

Il cambio di paradigma (e tutto il tema della *Environmental, social, and corporate governance*, o Esg, va in questa direzione) postula un cambio di mentalità: e il cambio di mentalità non può che passare attraverso l’investimento sulla formazione – dei cittadini, dei governanti, degli amministratori pubblici e privati – per sviluppare coscienze che siano impermeabili o, meglio, immuni dal contagio letale determinato dal mero contatto con la criminalità, organizzata e non.

Centro studi Borgogna

© RIPRODUZIONE RISERVATA