

nuovi valori e visioni d'insieme per le pmi

Federico Maurizio d'Andrea* e Maurizio Onza**

Viviamo certamente un momento nel quale tempi e luoghi appaiono sospesi, fermi nell'immobilità del ricordo: eppure, contemporaneamente, ci sentiamo portatori di volontà che desiderano trovare slanci verso nuovi approdi, raggiungimenti e ricongiungimenti. E allora, perché non sfruttare questo tempo per un radicale ripensamento dell'organizzazione delle regole, e della loro produzione, sulla convivenza di tutti e di ciascuno? Gli avvenimenti hanno drammaticamente ricordato che, per quanto ci si possa sforzare, tutti siamo, nel nostro esistere, davvero uguali: fragili e spesso impotenti. Questa presa di coscienza del tratto comune di tutti unisce e, paradossalmente, spinge alla condivisione, nonostante una palpabile diffidenza degli uni verso gli altri, imposta dalle (giuste) regole di sicurezza (mascherine, distanza sociale, *lockdown*) e spontaneamente favorita dalla (condivisibile e tanto umana) paura.

La ricordata comunanza deve fungere da criterio di selezione dei "valori" da perseguire: valori, che non possono che essere di lungo periodo, perché attengono all'esserci-di tutti-al mondo (pur se certo non ci sfugge la consapevolezza che è difficile, oggi, non ritenere "valore", per dirne qualcuno, la sostenibilità ambientale o la digitalizzazione).

Ma i valori ai quali ci riferiamo, e soprattutto il loro perseguimento, sono frutto di scelte politiche che l'attuale contingenza emergenziale propizia e che abbracciano un ampio orizzonte temporale: siamo convinti, infatti, che la scelta (politica) di valori che nel lungo periodo possono realizzarsi, è, oggi, davvero (e, per noi, finalmente) non rinunciabile, favorendo il tramonto del breve periodo, tradizionalmente collegato a prospettive e strategie verso più o meno temute scadenze elettorali.

Quali valori scegliere è soluzione, politica, la cui emersione, nell'attuale fase, lascia poco o nulla spazio tanto alla selezione quanto a un (pressoché sicuro) contrasto a essa: ecco perché non desideriamo soffermarci su questo, preferendo affrontare il tema di come quei "valori" possono essere perseguiti.

In questa prospettiva e su questo terreno vorremmo sviluppare alcune proposte. Innanzitutto, se i valori sono di lungo periodo, non è sufficiente ipotizzare (solo) tecniche tipiche del breve periodo (ad esempio, ricorrendo al meccanismo di incentivi/disincentivi). Soprattutto nei settori rilevanti dell'ordinamento giuridico, si devono riscrivere le disposizioni normative: non modificando, integrando, sottraendo o aggiungendo disposizioni normative in modo sparso, qui e lì. No. Si deve intervenire nel sistema ordinamentale rilevante: riscrivendo le regole in modo nuovo e completo.

Queste nuove regole, in secondo luogo, non devono essere oggetto di compromesso politico: la scelta dei valori è politica, ma le nuove regole che quei valori attuano devono essere frutto solo di resa tecnico-giuridico, di bilanciamento della struttura normativa e di coerenza nel sistema. Così, riteniamo, la qualità del testo normativo ne assicurerà comprensibilità, presupposto per l'effettività del rispetto spontaneo della regola e della sua eventuale attuazione coattiva da parte della Magistratura, tra l'altro, limitando eventuali derive creative di quest'ultima che generano inquietudini e disorientamenti.

In terzo luogo, la corrispondenza delle regole ai valori non può essere teorica, calata dall'alto. Un profilo, secondo noi, relevantissimo: se, per esempio, l'economia italiana è connotata da piccole e medie imprese bisogna attuare i valori pensando a queste, evidentemente, e non (anche o solo) alle società per azioni quotate; diversamente, si rischia che ad uno sforzo di regolazione e di regolamentazione imponente (sotto tutti i profili) seguano risultati inadeguati (come, in definitiva, è accaduto per il testo unico sull'intermediazione finanziaria). Piuttosto, lo sforzo dovrebbe essere, ora, finalizzato a un quadro normativo coerente, comprensibile e teso a regolare un prioritario dato di realtà: appunto le piccole e medie imprese (la cui disciplina è, allo stato, frammentata in disposizioni collocate in modo sparso e irrazionale, frutto di stratificazioni di pensieri, pensatori e legislatori).

In quarto e ultimo luogo, e concentrandoci ancora sulle imprese, ci sembra necessario un cambio di visuale: è evidente a tutti che le regole si rispettano spontaneamente se sono calibrate, coerenti, comprensibili e orientate ad un valore chiaro. Questa chiarezza opera, beneficamente, in due direzioni: (1) consente di evitare una controversia, perché, dettando una regola che indica chiaramente un comportamento, mette chiunque nelle condizioni di comprenderne le sue conseguenze giuridiche; (2) agevola l'opera ermeneutica del giudice nella decisione, qualora scoppi una controversia.

Basta questo per un più sostanziale rispetto della regola? Forse no.

Ed ecco che allora ci vuole, soprattutto nelle piccole e medie imprese, anche un cambiamento di prospettiva. Pensiamo a strumenti giuridici nuovi che consentano di "connettere" l'impresa ed il contesto in cui opera e misurarne la "competitività" non più solo sul prodotto ma sulle modalità di produzione, sul grado di integrazione dell'impresa nello stesso contesto e sulla qualità della (necessaria) relazione con tutti i portatori di interessi coinvolti. Trattando in modo differente ciò che è differente. Per fare ciò, non occorrono (più) pile di autocertificazioni, dichiarazioni, modelli, con verifica a campione quando e se si riesce e condanna (magari esemplare, più o meno forzando il dato normativo e determinando pericolosi strappi al sistema), in caso di trasgressione, se e quando si riesce. Occorre la possibilità di "guardare dentro" la produzione finanziata, in modo, si intende, proporzionato, regolato e vigilato, sì da rendere l'impresa "responsabile" verso il contesto con il quale si relaziona per ciò che dice e ciò che fa.

Può non essere molto: ma siamo certi che sia un punto di partenza concreto per attuare valori di medio-lungo periodo ormai irrinunciabili.

*Presidente Amsa SpA

** Presidente OdV Banco Bmp;

Ordinario di Diritto commerciale,

Università degli studi di Brescia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Federico Maurizio d'Andrea* e Maurizio Onza**