

INDICE

PREFAZIONE	13
INTRODUZIONE	15
CAPITOLO PRIMO	
L'ETICA	77
1. L'etica governo della condotta	77
1.1 L'etica come sfera del discorso	79
1.2 La responsabilità etica: l'etica sociale	83
2. I caratteri dell'etica	84
3. L'oggetto e lo scopo dell'etica	86
3.1 L'oggetto dell'etica	86
3.2 Lo scopo dell'etica	89
4. Una distinzione tra etica e morale	89
5. Le teorie etiche	92
5.1 La teoria positivista	93
5.2 La teoria normativista	95
5.3 La filosofia dell'essere	96
5.4 La filosofia empirista o teoria della giustificazione morale	97
5.5 La filosofia trascendentale	100
5.6 La filosofia fenomenologia	101
5.7 Le teorie del ragionamento morale	102
5.8 Le teorie della motivazione morale	111
6. L'etica e l'economia: le teorie etiche di riferimento	113
6.1 La teoria utilitaristica	114

6.2	Le teorie dei diritti e della giustizia	121
6.3	La teoria contrattualistica	141
6.4	Il convenzionalismo morale	157
6.5	L'etica della virtù	159
7.	L'etica economica	166
7.1	Cos'è l'etica economica	166
7.2	Il distacco tra etica ed economia	168
CAPITOLO SECONDO		
I PARADIGMI DELL'ETICA NELL'IMPRESA		171
1.	L'impresa e l'imprenditore	171
1.1	L'impresa come comunità	172
1.2	L'imprenditore fulcro dell'attività d'impresa	173
2.	L'etica d'impresa	174
2.1	Il processo di diffusione dell'etica nell'impresa	175
3.	Le tre versioni rivali di una ricerca morale	177
4.	L'enciclopedismo	180
4.1	La teoria enciclopedista	180
4.2	L'imprenditore enciclopedista	183
5.	La genealogia	184
5.1	La teoria genealogica di Nietzsche	184
5.2	Il superuomo	191
5.3	L'imprenditore superuomo	194
6.	La virtù: l'impostazione Aristotelico-Tomista	197
6.1	Introduzione	197
6.2	La teoria Aristotelico-Tomista	201
6.3	L'imprenditore realista	205
CAPITOLO TERZO		
L'ETICA NEL GOVERNO IMPRENDITORIALE		209
1.	L'etica nel modello PESO	209
1.1	L'etica eudemica	211

1.2	L'ethos	212
1.3	Il principio di intenzionalità	213
1.4	Il principio di realtà	214
1.5	Il principio di responsabilità	215
1.6	Il principio del riconoscimento	216
1.7	L'emancipazione come finalità dell'etica	217
2.	Le componenti etiche del governo imprenditoriale	218
2.1	L'originarsi delle diverse componenti	220
2.2	Le relazioni tra le componenti	224
2.3	Gli aspetti etici dell'identità	229
2.4	I valori	231
2.5	Gli aspetti etici della convenienza	234
2.6	Gli aspetti etici della norma	237
2.7	La virtù	241
3.	La vocazione imprenditoriale e l'etica di impresa	243
4.	La contingenza dei giudizi etici d'impresa	245
5.	La condotta morale dell'imprenditore	248
5.1	Le sette responsabilità dell'imprenditore verso l'interno dell'impresa	252
5.2	Le sette responsabilità dell'imprenditore verso l'esterno dell'impresa	254
5.3	I sette segni dell'armonia d'impresa	255
CAPITOLO QUARTO		
L'ETICA DEI TALENTI		259
1.	La filosofia dei valori	259
1.1	Il termine valore	259
1.2	L'ambito nel quale si origina la filosofia del valore: il neo-criticismo	261
1.3	Cos'è la filosofia dei valori	262
2.	I valori d'impresa	280
2.1	La cultura d'impresa	280

2.2	L'imprenditore: custode dei valori d'impresa	281
3.	I valori dell'imprenditore	281
3.1	I momenti imprenditoriali	281
3.2	I valori dell'impresa e dell'imprenditore	282
3.3	Il raccordo tra valori personali e aziendali	286
4.	I valori imprenditoriali: un inquadramento teorico	287
4.1	Il filone istituzionalista-aziendale	288
4.2	Gli studi sui valori etici d'impresa	291
4.3	Gli studi sui valori della strategia sociale	297
4.4	La dimensione etico sociale	304
4.5	Gli studi sull'imprenditore innovativo e creativo	307
4.6	Gli studi sulle imprese eccellenti e sulla leadership	312
4.7	A conclusione	314
CAPITOLO QUINTO		
L'ETICA DEL SUCCESSO		325
1.	La virtù	325
1.1	Il ruolo della virtù	328
1.2	Il dibattito contemporaneo sulle virtù	330
2.	La molteplicità delle concezioni	335
3.	Pensieri a confronto	337
4.	Alla ricerca di una concezione unica, essenziale e fondamentale	340
5.	La vocazione alla virtù (la scelta di una vita virtuosa)	345
5.1	Le virtù etiche e morali	346
5.2	La virtù come strumento di ricerca della vita felice	347
6.	Le Virtù Cardinali, Intellettuali e Morali	348
6.1	La virtù nello studio assiologico-oggettivo	348
6.2	Le virtù cardinali	349
6.3	Lo studio psicologico-soggettivo delle virtù	360
7.	Le Virtù Etiche e Dianoetiche	363
8.	Le Virtù dell'Uomo	366

8.1	Chi insegna e come si acquisisce la virtù oggi	367
8.2	Gli appetiti e le virtù di Mandeville	368
9.	Le Virtù dell'Imprenditore	370
9.1	Le virtù cardinali del vertice aziendale secondo M. Novak	390
9.2	Le virtù polari del vertice aziendale: imprenditore e manager	398
10.	L'etica del successo: ricercare l'interdipendenza per ottenere il successo	399

CAPITOLO SESTO

GLI STRUMENTI ETICI DELL'IMPRENDITORE	415
---------------------------------------	-----

1.	L'etica nell'impresa: una visione teleologica interna	415
1.1	Perché agire in modo etico?	416
2.	Gli assetti etici d'impresa	417
2.1	L'assetto Proprietario	417
2.2	L'assetto Imprenditore	418
2.3	L'assetto Manager	423
3.	Alcuni strumenti imprenditoriali per una "condotta etica"	424
3.1	Il bilancio sociale (cenni e rinvio)	428
3.2	Il Bilancio Ambientale (cenni)	433
3.3	I "codici di condotta aziendale" e i "codici etici"	435
3.4	Le aziende "Socialmente Responsabili"	443
3.5	La nuova normativa di responsabilità delle società	461

CAPITOLO SETTIMO

UN APPROFONDIMENTO SU ALCUNI STRUMENTI DI ETICA AMBIENTALE	463
--	-----

1.	Il Bilancio Ambientale	464
1.1	La diffusione e il ruolo della comunicazione ambientale nelle imprese	465
1.2	La definizione della contabilità e del bilancio ambientale	468

1.3	Il contenuto del bilancio ambientale	471
1.4	La scelta degli indicatori di prestazione ambientale	472
1.5	Tipologie di indicatori	474
1.6	La presentazione del bilancio ambientale all'interno di un rapporto ambientale	476
1.7	I destinatari del bilancio ambientale	477
1.8	I benefici ottenibili dall'adozione di un sistema di contabilità e dalla redazione di un bilancio ambientale	479
2.	I Sistemi di Gestione Ambientale	481
2.1	Le origini dei Sistemi di Gestione Ambientale	481
2.2	La Responsabilità Ambientale	483
2.3	I sistemi di gestione ambientale più diffusi	484
2.4	Lo standard ISO 14001	488
2.5	Il Regolamento EMAS	491
2.6	Motivazioni interne per attuare un sistema di gestione ambientale	494
2.7	Motivazioni esterne per attuare un sistema di gestione ambientale	497
2.8	Benefici all'ambiente e potenzialità di sviluppo dei SGA	500
CAPITOLO OTTAVO		
UN'INDAGINE CLINICA SU "L'ETICA NELLE IMPRESE TOSCANE"		503
1.	La dimensione etica d'impresa: è indispensabile agire in modo etico?	503
2.	Perché si è scelta una ricerca così complessa e come è stata realizzata	504
2.1	Una precisazione	508
3.	Lo strumento di ricerca e la somministrazione	508
3.1	Il questionario	509
4.	I risultati della ricerca	511
4.1	Il campione analizzato	511
4.2	Prima parte: "La scelta etica"	512

4.3	Seconda parte: “Quali sono le basi della cultura etica d’impresa?”	518
4.4	Terza parte: “Quali sono i valori e le virtù che sono alla base della cultura etica?”	523
4.5	Quarta parte: l’immagine aziendale	529
4.6	Quinta parte: quali sono gli strumenti adottati dalle imprese	532
5.	Le conclusioni	537
	POSTFAZIONE	541
	BIBLIOGRAFIA	565