



Antonio Maria Leozappa

(professore aggregato di Diritto commerciale nell'Università degli Studi "Niccolò Cusano", Telematica, Roma, Facoltà di economia)

Sull'impresa sanitaria cattolica e il diritto d'impresa *

SOMMARIO: 1. Le finalità dell'impresa sanitaria cattolica nel Messaggio di Papa Francesco per la XXVII Giornata mondiale del malato - 2. Lo scopo di lucro e il vincolo di economicità nell'art. 2082 c.c.: la sfera di auto-nomia dell'imprenditore - 2.1. L'alternativa del modello anglosassone della filantropia d'impresa - 3. La dimensione solidaristica: il progetto dell'impresa "comunità di uomini" - 3.1. Il ruolo dell'etica nella forma organizzativa e nell'attività d'impresa - 3.2. La centralità dei "bisogni fondamentali della comunità" e l'assetto economico-funzionale dell'impresa: l'esigenza di bilanciamento degli interessi - 3.3. L'assetto organizzativo e il modello partecipativo. Il ruolo dell'informazione - 3.4. La domanda di salute tra efficienza economica ed efficienza sanitaria - 3.5. L'offerta di salute: il mercato e il principio di responsabilità - 4. Sulla fisionomia dell'impresa sanitaria cattolica - 5. Lo statuto normativo e la forma organizzativa dell'impresa sanitaria cattolica - 6. L'impresa sanitaria cattolica e lo scopo di lucro.

1 - Le finalità dell'impresa sanitaria cattolica nel Messaggio di Papa Francesco per la XXVII Giornata mondiale del malato

Nel Messaggio per la XXVII Giornata mondiale del malato, Papa Francesco delinea, con schietta fermezza, la posizione del problema: "le istituzioni sanitarie cattoliche non dovrebbero cadere nell'aziendalismo, ma salvaguardare la cura della persona più che il guadagno"¹.

Qui, si dispiegano per contrasto tre principi: la necessaria dimensione solidaristica dell'impresa cattolica, chiamata non a erogare prodotti sanitari ma a tutelare la salute; la conseguente opzione preferenziale rispetto al profitto; il disconoscimento della logica economicistica. Si tratta di tre principi che sorreggono un giudizio di merito che, come tale, è capace di conferire carattere identitario all'impresa

* Contributo sottoposto a valutazione.

¹ Si veda **FRANCESCO**, *Messaggio del Santo Padre Francesco per la XXVII Giornata mondiale del malato 2019* (25 novembre 2018), in *www.vatican.va*.



cattolica, quale impresa nella quale il valore della produzione coincide con quello sociale².

È appena da notare che il Messaggio del Pontefice, focalizzato sulle finalità dell'intraprendere e formulato in termini esortativi, esprime una visione che è insieme pensiero e azione, che chiama a tradurre il primo nella seconda³.

Allorché si pone la questione dell'impresa cattolica e della sua funzione si mette, con ciò, in discussione il postulato della naturalità del

² Per una analisi del settore delle istituzioni sanitarie e socio-sanitarie di ispirazione cristiana si veda il rapporto di **CERISMAS**, *Sanità di ispirazione cristiana: Quarta edizione (2017-2018)*, in *cerismas.com*, dal quale risulta che, nel periodo di riferimento, il settore annovera: "91 strutture di ricovero (8,4% del totale) operanti in 16 regioni e 43 province, tra cui 2 policlinici universitari, 15 IRCCS e 24 ospedali classificati; presenta, inoltre, alcune strutture di grandi dimensioni (12 superano i 300 posti letto), nonché numerose altre concettualmente riconducibili a un medesimo 'gruppo di aziende' per effetto dell'appartenenza allo stesso ordine religioso; eroga il 7,7% dei ricoveri complessivamente effettuati a livello nazionale, contro il 73,6% delle strutture pubbliche e il 18,7% di quelle private non religiose; presenta una specifica focalizzazione sull'attività di riabilitazione, rispetto alla quale copre il 18% dei posti letto ospedalieri e il 16% dei ricoveri".

³ Per cogliere il senso e il valore del Messaggio sono, qui, da richiamare le parole di Papa Francesco nel corso dell'incontro con il mondo del lavoro in Messico, al Colegio de Bachilleres dello Stato di Chihuahua, Ciudad Juarez, del 17 febbraio 2016: «non sono pochi i casi in cui, di fronte alle proposte della Dottrina Sociale della Chiesa, la si mette in discussione dicendo: "Questi pretendono che siamo organizzazioni di beneficenza o che trasformiamo le nostre aziende in istituzioni filantropiche". L'abbiamo sentita questa critica. L'unica pretesa che ha la Dottrina Sociale della Chiesa è quella di porre attenzione all'integrità delle persone e delle strutture sociali. Ogni volta che, per vari motivi, questa è minacciata, o ridotta a un bene di consumo, la Dottrina Sociale della Chiesa sarà una voce profetica che aiuterà tutti a non perdersi nel mare seducente dell'ambizione. Ogniquale volta l'integrità di una persona viene violata, l'intera società, in qualche modo, comincia a deteriorarsi. È questo che dice la Dottrina Sociale della Chiesa: non è contro nessuno, ma a vantaggio di tutti. Ogni settore ha l'obbligo di preoccuparsi del bene di tutti; siamo tutti sulla stessa barca [...]» (**FRANCESCO**, *Discorso del Santo Padre*, 17 febbraio 2016, in *w2.vatican.va*). Nella *Caritas in veritate*, Papa Benedetto XVI, citando la *Popolorum Progressio*, aveva nettamente chiarificato che: "la Chiesa non ha soluzioni tecniche da offrire e non pretende 'minimamente d'intromettersi nella politica degli Stati'. Ha però una missione di verità da compiere, in ogni tempo ed evenienza, per una società a misura dell'uomo, della sua dignità, della sua vocazione" (Cfr. **BENEDETTO XVI**, *Caritas in veritate*, Lett. Enc. 29 giugno 2009, § 9, in *vatican.va*).



mercato⁴ e della concorrenza selettiva⁵. A essere franta è l'immagine dell'„impresa capitalistica“, istituzionalmente volta al profitto⁶, come un modello dato, che chieda soltanto di essere riconosciuto e adottato⁷. È, questo, uno dei dogmi della sovranità del mercato, che, così, viene degradata da ogni pretesa di assolutezza e, con essa, il fondamento ideologico della “società di mercato”⁸.

⁴ La tesi di Adam Smith è che “la propensione a trafficare, barattare e scambiare una cosa con l'altra” è propria “della natura umana” in quanto “comune a tutti gli uomini” ed è tale da fondare la stessa divisione del lavoro: “poiché è la capacità di scambiare che determina la divisione del lavoro, la misura di questa divisione è sempre necessariamente limitata dall'entità di questa capacità o, in altre parole, dall'estensione del mercato” (cfr. **A. SMITH**, *La ricchezza delle nazioni*, a cura di A. BAGIOTTI, T. BAGIOTTI, UTET, Torino, 2006, rispettivamente, p. 91 e 96).

⁵ Si veda **P. DARDOT, C. LAVAL**, *La nuova ragione del mondo*, traduzione italiana di R. ANTONIUCCI, M. LAPENNA, DeriveApprodi, Roma, 2019, p. 133 secondo i quali si deve a Herbert Spencer, autore dei *Principi di biologia* (1864), lo spostamento del “centro di gravità del pensiero liberale, passando dal modello della divisione del lavoro a quello della concorrenza come necessità vitale. Questo naturalismo estremo, oltre a soddisfare interessi ideologici e a render conto delle spietate lotte commerciali tra imprese, ha spostato il fulcro della concezione del motore del progresso dalla *specializzazione* alla *selezione*” (corsivo degli Aa.). Viene evidenziato come in Adam Smith e David Ricardo, il libero scambio apra alla specializzazione delle attività e il mercato venga a figurare come “la mediazione necessaria tra le attività, il meccanismo del loro coordinamento”, secondo “una logica di complementarità che migliora perfino l'efficacia e il benessere del peggiore dei produttori”. Con Spencer, invece, “nulla garantisce a chi partecipa alla grande lotta della selezione naturale di sopravvivere, nonostante i suoi sforzi, la sua buona volontà o la sua capacità. I meno adatti e i più deboli saranno eliminati da quelli più adattati, più forti nella lotta. Non si tratta dunque di una logica di promozione generale, ma di un processo di eliminazione selettiva. Questo modello non vede più nello scambio un mezzo per rafforzarsi o di migliorarsi; ne fa una costante prova di confronto e di sopravvivenza. La concorrenza non è considerata, allora come nell'economica ortodossa, classica o neoclassica, una condizione del buon andamento degli scambi del mercato, ma è direttamente la legge impietosa della vita e il meccanismo del progresso attraverso l'eliminazione dei più deboli”.

⁶ Cfr. **P. CAPALDO**, *Non profit. Tra solidarietà e impresa*, Salerno editrice, Roma, 2016, p. 46.

⁷ Si veda la celebrata affermazione di Milton Friedman per la quale “l'imprenditore ha una ed una sola responsabilità sociale: quella di usare le risorse a sua disposizione e di impiegarsi in attività dirette ad accrescere i profitti sempre con l'ovvio presupposto del rispetto delle regole gioco, vale a dire dell'obbligo ad impegnarsi in una aperta e libera competizione, senza inganno o frode” (**M. FRIEDMAN**, *Capitalismo e libertà*, traduzione italiana di R. PAVETTO, Studio Tesi, Pordenone, 1987, p. 182).

⁸ Sulla società di mercato è classico il riferimento a **K. PONALYI**, *La grande trasformazione, Le ragioni economiche e politiche della nostra epoca*, traduzione italiana di R. VIGEVANI, Einaudi, Torino, 2000, p. 74 che ha messo in evidenza come “il controllo del



Avanti alla stessa possibilità di concepire un'impresa cattolica, quella capitalistica viene in considerazione come una soltanto delle forme organizzative dell'attività di impresa, una tra le tante generate nell'esperienza storica di un fenomeno anch'esso storico⁹. Sotto il profilo metodologico, cessa, pertanto, di rappresentare il paradigma di riferimento da cui muovere per sindacare la stessa ammissibilità di opzioni alternative¹⁰. È questo un profilo essenziale. L'affrancamento dagli assunti

sistema economico da parte del mercato è di grandissima importanza per l'intera organizzazione della società: esso significa alla fin fine la conduzione della società come accessoria rispetto al mercato. Non è più l'economia ad essere inserita nei rapporti sociali, ma sono i rapporti sociali ad essere inseriti nel sistema economico. L'importanza vitale del fatto economico per l'esistenza della società preclude qualunque altro risultato poiché una volta che il sistema economico sia stato organizzazione in istituzioni separate, basate su motivi specifici e conferenti uno speciale *status*, la società deve essere formata in modo da permettere a questo sistema di funzionare secondo le proprie leggi. Questo è il significato dell'affermazione comune che un'economia di mercato può funzionare soltanto in una società di mercato".

⁹ "Il concetto d'impresa è estraneo alla tradizione più antica del diritto commerciale: le fonti intermedie impiegano nozioni come quella di *artificium*, *mercantia*, *negotiatio* e così via. E tuttavia il concetto giuridico di impresa è più antico di quanto comunemente si creda: entra nel mondo delle categorie giuridiche al principio del secolo scorso, prima che la scienza economica avesse elaborato il proprio concetto di impresa. È, per primo, il codice di commercio francese del 1808 a introdurre nel linguaggio giuridico la locuzione 'impresa', attingendone il concetto dal linguaggio ordinario" (F. GALGANO, *Lex mercatoria*, il Mulino, Bologna, 1993, p. 193). Secondo Luigi Einaudi si deve al finanziere Richard Cantillon il merito, nel Settecento, di avere individuato nell'imprenditore il "vero motore della società economica" (cfr. L. EINAUDI, *Introduzione*, in R. CANTILLON, *Saggio sulla natura del commercio in generale*, Einaudi, Torino, 1974, p. XVI). Per una recente ricostruzione storica della funzione dell'imprenditore, cfr. G. BERTA, *L'enigma dell'imprenditore (e il destino dell'impresa)*, il Mulino, Bologna, 2018, p. 15.

¹⁰ Per un'analisi di matrice cattolica che muove dal paradigma capitalistico si veda R. A. SIRICO, *A difesa del mercato*, traduzione italiana di C. CAIMNI, C. ALBÈ, Cantagalli, Siena, 2017 che, con riferimento a coloro che si chiedono "come potrebbe una persona di sani principi [...] favorire chi trae un vantaggio economico dalla malattia di qualcun altro", osserva che "non si fermano a considerare che chiunque venda qualcosa con profitto in un mercato sta, in certo senso, facendo soldi grazie al 'mal-essere' (la mancanza o la penuria) degli altri. Il costruttore di case sta guadagnando grazie al fatto che il compratore è senza casa; i produttori di vestiti dal fatto che i clienti sarebbero altrimenti nudi; i ristoratori grazie alla fame degli avventori. Ma l'assistenza medica non è forse diversa? Beh, ci colpisce nel profondo, più da vicino per così dire. È una questione di vita e di morte. Certamente, ognuno di questi beni - avere un riparo, dei vestiti e, soprattutto e con immediatezza, del cibo - può fare la differenza tra la vita e la morte in casi estremi. E la stessa cosa vale per l'assistenza sanitaria" (p. 189). Vero è, però, che argomentando *a contrario* potrebbe rilevarsi l'esigenza di affrontare il "mal-essere degli altri" non solo per la sanità ma anche per altri beni primari come il vitto, la casa e i vestiti. Nella stessa



che strutturano l'impresa capitalistica apre alla possibilità di interrogarsi sul modello identitario dell'impresa cattolica senza pregiudiziali prese di posizione che portino a trattare le opzioni che si discostino dal paradigma dominante, e non si lascino ricondurre a esso, come errori o sviamenti ingiustificati.

Questo interrogarsi non può, però, essere arbitrario. L'impresa è un istituto giuridico e la possibilità di disegnare un modello autonomo va, dunque, verificata risalendo al meccanismo di riconoscimento dell'attività come impresa, ossia alle norme che la conformano come categoria organizzativa dell'ordinamento giuridico¹¹. *De iure condito*, il discorso sull'impresa cattolica ha un punto di partenza, da identificarsi nel diritto

prospettiva, viene rilevato che "non tutti i trattamenti [sanitari] sono necessari, non tutti lo sono necessari immediatamente e, anche qualora la procedura debba essere effettuata subito, il bisogno del paziente non è una giustificazione valida per vincolare e schiavizzare quegli abili professionisti in grado di fornire il servizio. Al contrario: quel bisogno richiede piuttosto di rispettare i professionisti che possono soddisfarlo, di offrire loro compensi in linea con il mercato per le loro competenze e i loro anni di duro lavoro che sono serviti per svilupparle e perfezionarle (p. 189). La considerazione si dispiega nell'ambito del sistema dei prezzi di mercato ma il semplice discostarsene non implica, di per sé, "schiavizzare" il professionista. Così, viene ancora eccepito che "se i profitti e l'analisi costi-benefici non possono giocare alcun ruolo nel modo in cui calcoliamo e valutiamo le scorte sanitarie, allora poi anche i dottori, gli infermieri e la vasta schiera di personale di supporto non potranno più calcolare il costo del loro tempo nel prendersi cura dei malati rispetto a quello che richiede l'assolvimento delle proprie responsabilità personali a casa. [...] Senza guadagni, come riusciremmo a impedire loro di scegliere di dedicarsi a impieghi più remunerativi? Siamo davvero pronti a trasformare i nostri medici e infermieri in schiavi altamente qualificati per mantenerli concentrati sulle loro attività?" (p. 190). Non è questa la sede per entrare nel merito della concezione egoistica dell'*homo oeconomicus* (si veda, *infra*, nota 32), ma è evidente che l'analisi costi-benefici non è funzionale solo agli scopi lucrativi e che l'alternativa profitto-schiavizzazione è ideologica, ben potendo il profitto essere graduato in bilanciamento con le esigenze degli *stakeholder*.

¹¹ La questione trova piena coscienza in Natalino Irti quando osserva: "agli occhi del giurista, l'impresa - ogni impresa, piccola e grande, pubblica e privata - non è un fenomeno dell'economia, ma un *fenomeno del diritto*: materia, se si vuole, prevista e regolata da una norma o da un gruppo di norme. Quando si parla o si scrive di *regole dell'impresa*, c'è da porre soltanto una alternativa: o queste regole sono norme del diritto, ed allora rientrano nell'orizzonte del giurista; o non sono norme del diritto, ma norme della morale e della convenienza, e allora rimangono estranee allo studio del giurista e alla competenza delle corti dello Stato. Non è perciò ammissibile che le 'regole dell'impresa' siano invocate *contro* le leggi dello Stato, quasi costituiscano un *diritto naturale*, custodito e difeso dalla comunità degli imprenditori. Né che giudizi di approvazione o di biasimo siano pronunciati in base alle regole dell'impresa, le quali si situerebbero più in alto delle norme statali e disegnerebbero una diversa sfera del lecito e dell'illecito" (N. IRTI, *L'impresa tra diritto ed economia*, in *ID.*, *L'ordine giuridico del mercato*, Laterza, Bari, 1998, p. 138. Corsivo dell'A.).



vigente, e un punto di arrivo, costituito dai principi identitari. La prospettiva non è tanto quella, negativa, di indagare i margini per decantarla dal rischio di attrazione in quelle che, in una lettura teologica dei problemi della contemporaneità, furono definite “strutture di peccato”¹², ma piuttosto quella, positiva, di esplorare la effettiva possibilità di disegnare una impresa informata al magistero cattolico e, nell’affermativa, di definire le modalità di perseguimento dei relativi valori. Qui, non si ha certo la pretesa di esaurire il tema ma, piuttosto, di offrire degli spunti di riflessione con l’obiettivo di portare all’attenzione alcune questioni di ordine generale che costituiscono altrettanti problemi aperti del fare impresa.

2 - Lo scopo di lucro e il vincolo di economicità nell’art. 2082 c.c.: la sfera di auto-nomia dell’imprenditore

Si diceva di sopra che il Messaggio del Pontefice chiama a una decisione operativa, che è una decisione circa la forma organizzativa dell’impresa. Questa sollecitazione si risolve in un problema di spazi di auto-nomia rispetto ai vincoli del diritto positivo, la cui determinazione condiziona l’effettiva possibilità di tradurre in modello operativo l’istanza solidaristica che connota l’impresa come cattolica¹³.

Il principio fondamentale dell’intraprendere è enunciato nel I comma dell’art. 41 Cost.: “l’iniziativa economica privata è libera”. A seguito dell’,, abbandono di una concezione funzionale dell’impresa”¹⁴ propria del

¹² Si veda **GIOVANNI PAOLO II**, *Evangelium vitae*, Lett. Enc. (25 marzo 1995), § 12, in *vatican.va*: “se molti e gravi aspetti dell’odierna problematica sociale possono in qualche modo spiegare il clima di diffusa incertezza morale e talvolta attenuare nei singoli la responsabilità soggettiva, non è meno vero che siamo di fronte a una realtà più vasta, che si può considerare come una vera e propria *struttura di peccato*, caratterizzata dall’imporsi di una cultura anti-solidaristica, che si configura in molti casi come vera ‘cultura di morte’. Essa è attivamente promossa da forti correnti culturali, economiche e politiche, portatrici di una concezione efficientista della società” (Corsivo dell’A.).

¹³ Si veda **Pontificio Consiglio della Giustizia e della Pace**, *Compendio della Dottrina sociale della Chiesa*, 2004, § 193 (in *vatican.va*): “la solidarietà deve essere colta, innanzi tutto, nel suo valore di principio sociale ordinatore delle istituzioni, in base al quale le ‘strutture di peccato’, che dominano i rapporti tra le persone e i popoli, devono essere superate e trasformate in *strutture di solidarietà*, mediante la creazione o l’opportuna modifica di leggi, regole del mercato, ordinamenti” (corsivo dell’A.).

¹⁴ Cfr. **T. ASCARELLI**, *Corso di diritto commerciale*, Giuffrè, Milano, 1962, ora in **ID.**, *Introduzione al corso di diritto commerciale*, in **T. ASCARELLI, A. MIGNOLI**, *Lecture per un*



sistema corporativo (art. 2088 c.c.), l'impresa non ha un ordine di fini ma è chiamata a misurarsi con i divieti posti dal secondo comma: *“non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana”*. Prospettiva per la quale

«l'iniziativa economica è anche svolgimento della personalità e la libertà di iniziativa non è un valore meramente economico: è anche modo di adempiere al “dovere” (art. 4 Cost.) di “concorrere con la propria attività al progresso materiale o spirituale della società”»¹⁵:

una prospettiva nella quale ben si ritrova il modello dell'impresa cattolica.

Il diritto dell'impresa non definisce il suo oggetto. Nel Codice civile la nozione di impresa si desume dall'art. 2082 c.c. che disciplina il comportamento che determina l'assunzione della qualifica di imprenditore¹⁶, che spetta a *“chi esercita professionalmente un'attività*

corso di diritto commerciale comparato, Giuffrè, Milano, 2007, p. 166, da cui è tratta la citazione.

¹⁵ Cfr. **G. OPPO**, *Principii*, in *Trattato di Diritto commerciale*, diretto da **V. BUONOCORE**, I.1, Giappichelli, Torino, 2001, p. 53.

¹⁶ Le ragioni della prospettiva soggettiva, che ruota intorno alla figura dell'imprenditore, sono così sintetizzate da **G. TERRANOVA**, *L'impresa nel sistema del diritto commerciale*, in *Riv. dir. comm.*, 2008, I, p. 29: “A) La motivazione ideologica è, senza dubbio, quella di più immediata ed evidente percezione. Non si deve dimenticare, infatti, che il codice civile è stato emanato in epoca fascista, nella piena vigenza dell'ordinamento corporativo. In tale contesto sembrava ovvio disciplinare le attività economiche sulla base di ‘statuti’ professionali, e cioè sulla base di discipline di settore, che avevano come punto d'incidenza le diverse categorie di professionisti, ordinate con criteri eminentemente soggettivi. Da tale angolo visuale, anzi, era considerato addirittura un merito l'aver abbandonato la prospettiva oggettivistica, fatta propria del codice del 1882 (quella, per intenderci, che s'incentrava sull'atto di commercio e da lì desumeva la figura del commerciante), per incentrare l'attenzione sui soggetti, visti, però, non già come individui isolati, bensì come elementi di una specifica classe sociale o di una corporazione. [...] B) Sul piano della teoria generale, del resto, il predetto orientamento ideologico trovava un supporto ed un'evidente corrispondenza nelle cosiddette teorie imperativistiche del diritto, che descrivevano l'ordinamento giuridico come un insieme di comandi rivolti dal sovrano (fosse esso il Re o il Popolo, con il contorno delle istituzioni alle quali era demandato il compito di legiferare) ai sudditi o ai cittadini, per risolvere i conflitti tra i contrapposti interessi e dare ordine alla vita di tutti i giorni. In tale ottica sembrava naturale individuare nell'imprenditore il diretto destinatario dei precetti della legge [...]; C) sul piano tecnico, infine, il fatto che la definizione contenuta nell'art. 2082 c.c., non dia alcun autonomo rilievo al concetto d'impresa ha una duplice valenza: a) per un verso, serve ad escludere che le risorse destinate all'attività economica costituiscano un patrimonio separato (o addirittura personificato) [...]; b) per altro verso, serve a chiarire che lo statuto dell'imprenditore (e soprattutto quello dell'imprenditore commerciale) si applica solo a certe categorie di soggetti, i quali vengono individuati sulla base dell'attività svolta, ma purché sussistano alcuni presupposti, positivi o negativi, che si sostanziano



economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi". La nozione è costruita combinando due criteri: da un lato, il criterio tipologico, che designa il comportamento imprenditoriale come attività professionale, economica e organizzata; dall'altro, il criterio funzionale, che identifica il risultato cui è preordinata l'attività nella produzione o lo scambio di beni e servizi. Lo schema normativo è chiaro: l'impresa è un ordine funzionale alla produzione per il mercato e la sua gestione deve essere informata al metodo economico (l'impresa, per essere qualificata come tale, deve essere attività "economica")¹⁷. A questo riguardo, si badi, l'art. 2082 c.c. non introduce vincoli positivi ma negativi: la autonomia dell'imprenditore è piena a condizione che si abbia una gestione che ripristini, almeno, le risorse investite tramite i ricavi¹⁸. Certamente il metodo

nell'appartenere ad uno specifico ceto sociale (da qui le esenzioni dal fallimento previste per gli imprenditori agricoli, per gli artigiani, per i professionisti intellettuali, etc.) o nell'essere collegati a specifici appalti (le imprese pubbliche)".

¹⁷ L'autonoma rilevanza del requisito della economicità nella fattispecie dell'art. 2082 c.c. è stata dimostrata dagli studi (cfr., per tutti, **G. OPPO**, voce *Impresa e imprenditore*, I) *Diritto commerciale*, in *Enc. Giur.*, XVI, Treccani, Roma, 1989, p. 4; **C. ANGELICI**, *Diritto commerciale*, I, Laterza, Bari, 2002, p. 33), che hanno superato le tesi più risalenti che lo ritenevano assorbito nel concetto di attività produttiva (cfr., per tutti, **W. BIGIAMI**, *La professionalità dell'imprenditore*, CEDAM, Padova, 1948, p. 50, nt. 12), in quello di organizzazione (cfr., per tutti, **E. ZANELLI**, *La nozione di oggetto sociale*, Giuffrè, Milano, 1962, p. 149) o nella professionalità (cfr., per tutti, **V. BUONOCORE**, *Manuale di diritto commerciale*, diretto da **V. BUONOCORE**, I, 2.1, Giappichelli, Torino, 2002, p. 51).

¹⁸ La letteratura in tema è vastissima. Per la tesi dominante che conviene nel risolvere il requisito della economicità nella capacità di remunerare i costi cfr., per tutti, **G. OPPO**, voce *Impresa e imprenditore*, cit., p. 5; **P. SPADA**, *Diritto commerciale, I - Parte generale*, CEDAM, Padova, 2004, p. 57; **C. ANGELICI**, *Diritto commerciale*, cit., p. 33. In giurisprudenza, cfr., per tutti, Cass., 18 giugno 2018, n. 16031, in *olir.it*; Cass. S. U., 11 aprile 1994, n. 3353, in *Dir. e prat. lav.*, 1994, p. 2188. Per una recente rilettura critica dell'impostazione, cfr. **G. TERRANOVA**, *Enti ecclesiastici e procedure concorsuali: spunti per una discussione*, in *Riv. dir. comm.*, 2014, I, p. 303 per il quale "per sapere se un'attività si configura come impresa, come azienda d'erogazione, occorre accertare se si è in presenza di un centro decisionale, volto ad ottimizzare le scelte tra i vari fattori produttivi, o se le merci e i servizi vengono distribuiti senza particolari elaborazioni, sulla base delle indicazioni e delle risorse fornite dall'esterno". Per gli indirizzi più risalenti che ritenevano il lucro elemento quantificante l'attività di impresa commerciale cfr. Cass. 3 dicembre 1981, n. n. 6395, in *Giur. It*, I, 1, p. 1276; Cass., 9 dicembre 1976, n. 4577, in *Giur. Comm.*, 1977, II, p. 628. Per l'indirizzo per il quale la finalità lucrativa è da intendersi non già come accrescimento pecuniario ma come scopo egoistico, ovvero come "utilità economica, consista questa in un risparmio di spesa od in un altro vantaggio patrimoniale", si veda, rispettivamente, **W. BIGIAMI**, *La professionalità*, cit., p. 77, e **F. FERRARA jr.,-F.CORSI**, *Gli imprenditori e le società*, 14^a ed., Giuffrè, Milano, 2009, p. 37.



economico rinvia a un criterio di ottimizzazione delle scelte ma si tratta di un criterio neutrale. La neutralità è destinata a riempirsi di contenuto a seguito della selezione degli obiettivi: se la produzione, esso implica un utilizzo delle risorse date (capitale e lavoro) per aumentare qualità o quantità dei servizi/beni forniti nella misura della loro sostenibilità economica; se il profitto, una organizzazione delle risorse secondo una programmazione che assicuri la migliore redditività.

In questa prospettiva, la cornice normativa schiude l'orizzonte delle possibilità e apre alla pluralità dei modelli circa l'organizzazione dell'impresa. La visione dell'impresa volta alla massimizzazione del profitto, all'eccedenza dei ricavi sui costi, si svela nella sua propria e intrinseca politicità: è la pretesa di orientare la libertà di iniziativa riconosciuta dal legislatore secondo il modello che più si conforma all'economia capitalistica¹⁹. Sta certa l'appartenenza del profitto alla logica dell'impresa ma non la qualifica, rappresentando solo uno dei possibili obiettivi. Qui si impone uno schiarimento concettuale. Il termine profitto può essere usato in due diversi significati: o, in un'ottica soggettiva, con riferimento all'interesse alla redditività dell'imprenditore oltre la congrua remunerazione per l'opera (capitale/lavoro) prestata²⁰; ovvero, in un'ottica oggettiva, avendo riguardo all'interesse alla capitalizzazione dell'impresa. Nel primo significato, l'impresa è considerata strumento per finalità esterne e il perseguimento dei ricavi costituisce l'obiettivo centrale determinato alla luce delle aspettative di chi la controlla; nel secondo, l'impresa trova valorizzazione in sé, come progetto, i ricavi rappresentano un possibile obiettivo nella misura in cui costituiscono leva del sistema di autofinanziamento e l'opera imprenditoriale (capitale e lavoro) trova la sua

¹⁹ Il punto merita di essere sottolineato in quanto anche nell'ambito della più accreditata ricerca in materia di *nonprofit organization* è stato riconosciuto il ruolo del contesto culturale e regolatorio nell'affermazione del modello capitalistico: "le forme proprietarie efficienti in ciascun settore industriale cambiano frequentemente con l'evolversi dello stesso. Le associazioni senza scopo di lucro e quelle di proprietà dei consumatori, in particolare, hanno spesso un ruolo importante in quei nuovi campi nei quali i consumatori incontrano delle difficoltà nel giudicare la qualità dei diversi produttori, e viceversa. Di conseguenza, man mano che il settore si sviluppa, maturano di pari passo l'esperienza, la reputazione, gli *standard* e la regolamentazione in modo da generare un ambiente nel quale l'impresa in mano agli investitori rappresenta un modello economicamente vantaggioso" (H. HANSMANN, *La proprietà dell'impresa*, traduzione italiana di A. BONITO OLIVA, G. SANDICCHI, il Mulino, Bologna, 2005, p. 290).

²⁰ Per il concetto di profitto quale "eccedenza della redditività sulla congrua remunerazione del capitale investito" cfr. P. CAPALDO, *Non profit*, cit., p. 71.



congrua remunerazione alla stregua di un costo d'impresa. In discussione, qui, è la pretesa conformatrice del primo dei due significati.

Echeggiano l'antico dibattito, spetta all'imprenditore decidere se l'attività serve a "fare andare i battelli sul Reno (o sui mari)"²¹ ovvero a generare profitto. Sussistono, dunque, i necessari spazi di auto-nomia per dare concreta forma organizzativa all'impresa cattolica nella sua dimensione solidaristica. Il recupero della centralità della cura del malato rientra nella libertà di scelta dell'imprenditore, che può adottare il modello più adeguato a migliorare, qualitativamente e quantitativamente, la produzione nella misura consentita dall'esigenza di garantire, almeno, l'equilibrio tra costi e ricavi.

La neutralità del metodo economico apre ed esige una presa di posizione, che ha il valore di una decisione di sistema. Perché, alla luce del Messaggio di Papa Francesco, la preferenza tra la cura del malato e il guadagno segna l'identità dell'impresa che si vuole cattolica. Evidentemente esistono mediazioni ma è altrettanto evidente che il valore della salute e quello del profitto si dispiegano su piani differenti, il primo sociale e il secondo economico, e il loro dualismo può essere composto solo degradando l'uno a strumento all'altro: si opera nel settore sanitario per conseguire profitti ovvero si perseguono profitti per sostenere l'attività sanitaria.

Dinanzi a questa alternativa, graduabile nella prassi operativa ma insuperabile a livello concettuale, è il coerente esercizio della preferenza che marca l'effettività del modello professato.

2.1 - L'alternativa del modello anglosassone della filantropia d'impresa

Bisogna interrogarsi se il profitto non possa, in ogni caso, costituire una opzione preferenziale allorché venga funzionalizzato all'acquisizione di

²¹ Cfr. A. ASQUINI, *I battelli del reno*, in *Riv. soc.*, 1959, I, p. 617 che, nel suo saggio sullo scopo dell'impresa societaria, così pone la questione: "da qualche tempo, i battelli del Reno agitano le acque della nostra letteratura in materia di società. Una frase attribuita una quarantina di anni or sono a un amministratore del Norddeutscher Lloyd, il quale avrebbe dichiarato in forma polemica che scopo della sua società era non di distribuire utili agli azionisti, ma di fare andare i battelli del Reno (o sui mari), è stata ripresa presso di noi per riproporre il problema del diritto dell'azionista al dividendo e della legittimità dell'autofinanziamento della società per azioni, in collegamento col problema dell'impresa in sé, della concezione della società come organizzazione contrattuale o come istituzione, con la nozione di scopo sociale".



risorse da utilizzare per la promozione, diretta o mediata (*charities* e *foundation*), di iniziative filantropiche da parte dell'impresa stessa.

È l'approccio che, notoriamente, connota i Paesi anglosassoni secondo la prospettiva per la quale all'impresa compete, essenzialmente, la produzione secondo criteri di efficienza del reddito, che potrà, poi, se del caso essere redistribuito, all'esterno, ispirandosi a principi di equità. "Un terzo dell'esistenza per studiare quanto più si può, un terzo per far soldi, un terzo per spenderli tutti per cause che ne valgano la pena". Le parole di Andrew Carnegie, il magnate americano la cui vita ha incarnato al meglio il modello anglosassone, esprimono questa cultura imprenditoriale: "ho smesso di accumulare e comincio ora il compito infinitamente più serio e difficile che è quello di una saggia distribuzione"²².

Il punto è che questa concezione respinge all'esterno la dimensione solidaristica e, con ciò, le impedisce di vivificare le relazioni che l'attività di impresa instaura, depauperandola della sua intrinseca vocazione comunitaria. Un esempio. Il costo del fattore lavoro pesa, anche in modo significativo, sulla capacità di produrre profitto. Si assiste così a tagli dell'occupazione non solo per ragioni di flessione della produzione ma per esigenze di produttività ed è emblematico che i valori borsa salgano in caso di ridimensionamento degli organici, a prescindere dai risultati operativi.

Leggiamo nella *Caritas in veritate*: "il profitto è utile se, in quanto mezzo, è orientato a un fine che gli fornisca un senso tanto sul come produrlo quanto sul come utilizzarlo"²³. Dunque, la giustificazione non è

²² Le citazioni di Andrew Carnegie sono tratte da Francesco Micheli (che le attribuisce a *I pilastri del successo*, traduzione italiana di G. ROMAGNOLI, Gribaudo, Milano, 2014) nel contributo **F. MICHELI**, "Bricolage" *mecenatesco*, in **AA. VV.**, *Filantropie*, Laterza, Bari, 2017, p. 79, secondo il quale "se si vogliono cogliere le differenze fondamentali tra il modello europeo e quello americano, in rapporto al ruolo che vi giocano le fondazioni e donazioni private, niente le rappresenta meglio della vita di Andrew Carnegie, cui si deve la nascita di alcune tra le più efficaci istituzioni di cultura, per l'educazione nel mondo, per l'arte, per la pace, per lo studio delle relazioni internazionali". Si noti che la figura e il pensiero di Carnegie, anche se "subiva troppo l'influenza del suo amico Herbert Spencer, il famoso sociologo darwiano, per cogliere la vera essenza del capitalismo" (si veda, *supra*, nota 5), viene valorizzata, nella riflessione di matrice cattolica sull'impresa, da **M. NOVAK**, *L'impresa come vocazione*, traduzione italiana di F. SIRCANA, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2000, p. 2007, p. 103, che sembra condividere il modello anglosassone mettendo in evidenza come "probabilmente oltre un terzo dei lavoratori americani sono impiegati in istituzioni senza fini di lucro, le quali a loro volta ricevono i propri fondi dalle elargizioni di altri. Queste in fin dei conti operano grazie alla ricchezza creata dai gruppi industriali".

²³ Si veda **BENEDETTO XVI**, *Caritas in veritate*, cit., § 21, che aggiunge: "l'esclusivo obiettivo del profitto, se mal prodotto e senza il bene comune come fine ultimo, rischia di distruggere ricchezza e creare povertà".



nella sola finalità ma, e unitamente, nella finalità e nei processi di produzione. Così, quando è la stessa impresa a concorrere a generare quegli effetti di disagio sociale sui quali, poi, sono chiamate a intervenire le iniziative filantropiche, si appalesa l'intrinseca aporia di un approccio che, esaltando l'obiettivo lucrativo, depauperava le dinamiche interne all'impresa di quella dimensione valoriale che pure si professa rappresentare la ragione ultima del profitto perseguito. Sta una visione dell'impresa che è, insieme, monistica e totalitaria. Monistica, perché la riduce a fenomeno prettamente economico, dis-conoscendo la dimensione solidaristica delle relazioni che l'attività di impresa instaura e che pur la qualificano (l'impresa, per essere tale, deve essere attività "organizzata"). Totalitaria, poiché ne affida il governo ai principi economici che funzionalizzano la produzione al profitto ed escludono ogni mediazione. Emerge la distanza rispetto al modello di impresa cattolica tracciato nel Messaggio del Pontefice, che si presenta dualistico, postulando la concorrente afferenza all'ordine economico e all'ordine sociale, e insieme organico, in quanto funzionalizza il primo al secondo ma giustifica questo con quello (la sostenibilità economica è misura e limite dell'intraprendere).

Sembra un paradosso che per sostenere le finalità solidaristiche si consegna l'impresa, e segnatamente l'impresa sanitaria, alla logica economicistica. Ma, a ben vedere, non è un paradosso, poiché così si legittima eticamente la massimizzazione del profitto e, con ciò, si accredita il modello che appare più vantaggioso per l'economia capitalistica. In uno scenario più ampio, con nettezza di toni, nella *Evangelii gaudium* leggiamo: "alcuni ancora difendono le teorie della 'ricaduta favorevole', che presuppongono che ogni crescita economica, favorita dal libero mercato, riesce a produrre di per sé una maggiore equità e inclusione sociale nel mondo. Questa opzione, che non è mai stata confermata dai fatti, esprime una fiducia grossolana e ingenua nella bontà di coloro che detengono il potere economico e nei meccanismi sacralizzati del sistema economico imperante"²⁴.

Occorre, dunque, essere consapevoli che ancor prima degli schemi organizzativi sono le finalità (cura del malato - guadagno) a essere alternative e contrapposte. Con il che è da dubitare della proponibilità per il settore sanitario del modello della "società benefit", caso emblematico di ipocrisia legislativa, poiché non esclude gli obiettivi di profitto ma li integra

²⁴ Si veda **FRANCESCO**, *Evangelii gaudium*, Esort. Apost. (24 novembre 2013), § 54 (in *vatican.va*).



con le finalità di beneficio comune (art. 1, commi 376-384, della legge 28 dicembre 2015, n. 208²⁵) che vengono esaltate nella denominazione²⁶.

3 - La dimensione solidaristica: il progetto dell'impresa "comunità di uomini"

A questo punto, il discorso sulla dimensione solidaristica dell'impresa cattolica deve dispiegarsi. La sua costruzione guarda non solo alla componente oggettiva (l'attività e la finalità) ma anche a quella soggettiva (il personale e gli *stakeholder*). Il Messaggio del Pontefice la evoca quando rigetta l'aziendalismo, con la sua logica economicista, e la *Centesimus annus* chiarifica:

"Scopo dell'impresa, infatti, non è semplicemente la produzione del profitto, bensì l'esistenza stessa dell'impresa come *comunità di uomini* che, in diverso modo, perseguono il soddisfacimento dei loro fondamentali bisogni e costituiscono un particolare gruppo al servizio dell'intera società"²⁷.

L'intraprendere deve connotarsi, dunque, per la costruzione di una impresa-comunità.

²⁵ La legge n. 208 del 2015 reca "*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato*". Ai sensi dell'articolo unico della legge anzidetta, le finalità di beneficio comune vengono a sostanzarsi nel perseguimento di effetti positivi ovvero nella riduzione di quelli negativi "*nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse*", i cui interessi categoriali vengono, dunque, ad assumere valenza endosocietaria unitamente "*allo scopo di dividerne gli utili*" (comma 376°).

²⁶ È stato osservato che "*l'essenza della società benefit non è, infatti, quella di un'istituzione filantropica interessata a risolvere tutti i problemi della società e ad esercitare azioni di generico interesse per la stessa, ma è quella di un'impresa che identifica gli effetti positivi e negativi generati dalla propria attività sul contesto socio ambientale di riferimento e interviene sugli stessi per cogliere le opportunità che possono allo stesso tempo generare benefici sociali ed economici. Ciò non esclude, tuttavia, che la società benefit possa destinare parte delle proprie risorse gestionali ed economiche anche a generiche finalità di beneficio comune, quali il perseguimento della crescita del benessere di persone e comunità, alla conservazione e al recupero di beni del patrimonio artistico e culturale presenti nel luogo ove operano o sul territorio nazionale, alla diffusione e al sostegno delle attività culturali e sociali, nonché di enti e associazioni con finalità rivolte alla collettività e al benessere sociale*" (ASSONIME, *Circolare 20 giugno 2016*, n. 19, in *assonime.it*). Cfr., altresì, M. STELLA RICHTER jr., *L'impresa azionaria tra struttura societaria e funzione sociale*, in *romatrepress.uniroma3.it*, p. 80.

²⁷ Si veda GIOVANNI PAOLO II, Lett. Enc., *Centesimus annus* (1 maggio 1991), § 35, in *vatican.va* (corsivo dell'A.).



Orbene, il concetto di comunità di uomini non è espresso nella nozione giuridica di impresa, che tuttavia lo riconosce quando prescrive come requisito qualificante e distintivo l'organizzazione. Si è già detto che l'impresa è una attività "organizzata": è, dunque, un ordine funzionale non solo tra cose (l'azienda) ma anche tra e di persone. La conferma è nell'art. 2086 c.c.: "l'imprenditore è il capo dell'impresa e da lui dipendono gerarchicamente i suoi collaboratori". È stato rilevato che "l'organizzazione delle persone è il tramite grazie al quale l'iniziativa (il proposito) di produrre si traduce giuridicamente in esercizio"²⁸ e che l'organizzazione è "nella realtà giuridica globale dell'impresa [...] essa stessa dotata di una propria realtà e come tale oggetto di diretti riferimenti normativi [...]"²⁹. Per dare adeguata evidenza al significato che l'organizzazione assume nel concetto giuridico di impresa è opportuno dare la parola allo storico del diritto, indagatore delle mitologie giuridiche della modernità, Paolo Grossi che annota:

"per la prima volta, a livello del diritto, si parla di *organizzazione*, una realtà sgradita all'individualismo economico moderno fondato sul soggetto e sui suoi rapporti individuali, mentre *organizzazione* significa un necessario coordinamento di individui e rapporti che può portare anche al loro pesante sacrificio"³⁰.

La costruzione dell'impresa intorno al concetto di comunità è, dunque, concepibile nella cornice data dal diritto positivo ma richiede specifiche regole conformatrici e il contenuto delle regole implica un cambio del paradigma dominante. Perché la *Centesimus annus* solleva l'impresa da strumento economico a istituzione sociale. L'impresa viene valorizzata in sé, quale bene da preservare nell'interesse della comunità che ne partecipa e, più in generale, della società in cui si sviluppa.

L'impresa-comunità è informata a una visione alternativa a quella che considera l'impresa e le persone che vi operano, non a caso qualificate come "capitale" o "risorse" umane, come un mero strumento di creazione di valore economico; che appropria l'impresa alla stregua di un qualsiasi bene commerciale; che è orientata alle *performance* finanziarie più che alla

²⁸ Cfr. P. SPADA, *Diritto commerciale. I*, CEDAM, Padova, p. 56 (corsivo dell'A.).

²⁹ Cfr. G. OPPO, *L'impresa come fattispecie*, in *Riv. dir. civ.*, 1982, I, p. 112.

³⁰ Cfr. P. GROSSI, *L'Europa del diritto*, Laterza, Bari, 2007, p. 229 (corsivo dell'A.), che, in questa prospettiva, sottolinea come "l'impresa è, infatti, una organizzazione unitaria di persone, beni e servizi vincolati al raggiungimento di scopi rilevanti sul piano socio-economico, una organizzazione entro la quale si attenuano le individualità del datore di lavoro e del prestatore di lavoro, dove la stessa proprietà è obbligata a servire un fine soprastante".



tenuta strutturale. La cultura aziendale si basa, oggi, sull'assioma dell'individualismo metodologico³¹ e sul postulato metafisico dell'*homo oeconomicus*³²; sull'assunto che il lavoro è merce³³, che anche le dinamiche interne all'azienda debbano essere orientate dalla competizione selettiva. Altri sono gli schemi concettuali dell'impresa-comunità: la visione è quella tratteggiata nel documento della Congregazione per la Dottrina della Fede e del Dicastero per il Servizio dello Sviluppo Umano Integrale "*Oeconomicae et pecuniariae questiones*", ove l'uomo è considerato come persona che ha "peculiarmente un'indole *relazionale*"³⁴, che consente di

³¹ Per una ricostruzione storica dei fondamenti culturali del concetto di individuo, si veda L. SIEDENTOP, *L'invenzione dell'individuo*, traduzione italiana di D. MELIDORO, LUISS University Press, Roma, 2016.

³² La prospettiva è delineata da S. MILL, *Sistema di logica raziocinativa o induttiva*, traduzione italiana di G. FACCHI, Astrolabio Ubaldini, Roma, 1968, p. 891: "c'è [...] un'ampia classe di fenomeni sociali in cui le cause immediatamente determinanti sono principalmente quelle che agiscono per mezzo del desiderio di ricchezza, ed in cui la legge psicologica particolarmente interessata è quella familiare che si preferisce un guadagno maggiore ad uno minore. Intendo naturalmente quella parte dei fenomeni della società che emana dalle operazioni industriali o produttive degli uomini, e da quei loro atti per cui avviene la distribuzione dei prodotti di quelle operazioni industriali, in quanto non si compia per forza o non la modifichi una prestazione volontaria. Ragionando secondo quell'unica legge della natura umana e le principali circostanze esterne (universali o limitate a state particolari della società) operanti sulla mente umana per mezzo di quella legge, possiamo essere in grado di spiegare e predire questa parte dei fenomeni della società". In tema rimane attuale la riflessione di M. FOUCAULT, *Nascita della biopolitica*, traduzione italiana di M. BERTANI, V. ZINI, Feltrinelli, Milano, 2012, p. 217 che, così, individua gli odierni riferimenti culturali: "il *background* di questa analisi, o comunque, il testo, è il libro di von Mises che si intitola *Human Action*. Ma soprattutto tra gli anni sessanta e settanta, nel corso dell'intero decennio e in particolare nel 1962, troviamo anche tutta una serie di articoli sul '*Journal of Political Economy*', di Becker, di Kirzner ecc."

³³ Viene evidenziato da A. SUPIOT, *Homo Juridicus*, traduzione italiana di X. RODRIGUEZ B., Bruno Mondadori, Milano, 2006, p. 119, come "il mercato non ha mai cessato di poggiare su fondamenti dogmatici. E se oggi è necessario ricordarlo è perché il pensiero economico dominante è caduto nella trappola delle finzioni giuridiche sulle quali si fonda. Affinché due secoli fa potesse essere instaurato un regime di libero scambio, si è dovuto agire *come se* il lavoro, la terra e la moneta fossero delle merci, dei beni scambiabili. Ora, è evidente che il lavoro, la terra e la moneta non sono dei prodotti, ma delle condizioni dell'attività economica. Il fatto di trattarli alla stregua di prodotti deriva quindi da altrettante finzioni. Queste finzioni sono degli artifici giuridici: è il Diritto che autorizza ad agire *come se* il lavoro fosse una merce scindibile dalla persona del lavoratore [...]" (corsivo dell'A.).

³⁴ Cfr. Congregazione per la Dottrina della Fede, Dicastero per il Servizio dello Sviluppo Umano Integrale, "*Oeconomicae et pecuniariae questiones*". *Considerazioni per un discernimento etico circa alcuni aspetti dell'attuale sistema economico-finanziario* (6 gennaio 2018), § 9 (corsivo dell'A.), in *vatican.va*.



“guardare agli altri non anzitutto come a potenziali concorrenti, bensì come a possibili alleati nella costruzione di un bene che non è autentico se non riguarda tutti e ciascuno nello stesso tempo”, che si riconosce in “strategie economiche che mirino anzitutto alla qualità *globale* della vita raggiunta, prima ancora che all’accrescimento indiscriminato dei profitti”³⁵.

Emerge così come l’impresa-comunità sia, in primo luogo, un progetto che si dispiega sul piano culturale poiché si contrappone alla concezione tecnico-funzionale dell’agire economico, inglobato e ridotto alle dinamiche meccanicistiche del mercato, per rivendicarne la dimensione istituzionale nella sua apertura al sociale; poiché, se non istaura - echeggiando Carl Schmitt - “l’alleanza [...] di fabbrica e altare”, affranca gli imprenditori dal ruolo di “semplici servitori della grande macchina” dell’economia³⁶ e, chiamandoli a cooperare a un ordine che li trascende, ne dispiega quella “capacità rappresentativa” che apparteneva alla eredità dei mercanti³⁷, risultando portatori di una visione meta-fisica che, superando la dimensione materiale dell’interesse, ne legittima l’agire. Al centro del processo imprenditoriale c’è il sistema di principi e valori sociali, culturali e politici che ne deve orientare l’azione.

3.1 - Il ruolo dell’etica nella forma organizzativa e nell’attività di impresa

È, oramai, prassi diffusa l’adozione di codici etici, di comportamento da parte del sistema impresa. Si tratta di codici di autoregolamentazione, che completano gli spazi lasciati dalla normativa con l’obiettivo di svolgerne la *ratio* e conformare i comportamenti³⁸. Sono rimessi all’autonomia privata

³⁵ Cfr. **Congregazione per la Dottrina della Fede, Dicastero per il Servizio dello Sviluppo Umano Integrale**, “*Oeconomicae et pecuniariae questiones*”, cit., § 10 (corsivo dell’A.).

³⁶ Cfr. **C. SCHMITT**, *Cattolicesimo romano e forma politica*, traduzione italiana di C. GALLI, il Mulino, Bologna, 2010, p. 49.

³⁷ Cfr. **C. SCHMITT**, *Cattolicesimo romano*, cit., p. 40.

³⁸ A seguito del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231 (recante “*Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell’art. 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300*”) il codice etico tende, in primo luogo, a identificarsi con il documento che formalizza l’insieme dei diritti, doveri e impegni dell’ente nei confronti degli *stakeholders* (dipendenti, fornitori, clienti, Pubblica Amministrazione, azionisti, mercato finanziario, etc.), con la raccomandazione, promozione e divieto di determinati comportamenti e conseguente apparato disciplinare. Altri richiami si rinvergono nella disciplina societaria, come all’art. 2387 c.c. secondo cui i



ma si pongono all'interno dell'ordinamento giuridico rilevando come fonte di responsabilità.

È stato osservato che

«esiste un'etica d'impresa, o degli affari che dir si voglia, che potremmo definire "condivisa", nel senso che i principi che le danno sostanza appartengono naturalmente ai comportamenti virtuosi dell'uomo a prescindere dalle convinzioni religiose e morali che egli ha, e che, di conseguenza, non possono non essere riconosciuti anche dagli imprenditori meno provveduti e non possono non costituire un imperativo categorico per ogni imprenditore, qualunque ne sia l'ispirazione»³⁹.

La nota propria è che l'etica viene concepita come strumentale agli affari. I principi si dispiegano sul piano del funzionamento dell'impresa e mirano a renderlo virtuoso, venendo a sostanziare uno strumento di prevenzione delle criticità che afferiscono alla responsabilità dell'impresa.

È questa la logica comune ai codici etici dell'impresa. Una volta immersa nel meccanismo procedurale, l'etica assume un valore funzionale, è chiamata a sviluppare la logica e gli obiettivi aziendali e deve arrestarsi dinanzi alle ragioni dell'agire economico, alle quali rimane subordinata. Il codice etico diviene, così, uno degli innumerevoli manuali operativi con cui si cerca di fronteggiare la complessità del sistema⁴⁰, istruendo a gestire le dinamiche e il rischio di impresa⁴¹.

requisiti per la nomina ad amministratore possano essere stabiliti dallo statuto "anche con riferimento ai requisiti al riguardo previsti da codici di comportamento redatti da associazioni di categoria o da società di gestione dei mercati regolamentati" e, così, all'art. 2409.septiesdecies c.c. per gli amministratori indipendenti prescritti per il sistema monistico.

³⁹ Cfr. **V. BUONOCORE**, *Le nuove frontiere del diritto commerciale*, Edizioni scientifiche italiane, Napoli, 2006, p. 250, che aggiunge: "ad esempio, il rispetto rigoroso della legge, di cui ogni imprenditore è consapevole, non può essere messo in discussione perché principio etico prima che giuridico".

⁴⁰ Si pensi al manuale sugli obblighi e responsabilità del datore di lavoro (d.lgs. 9 aprile 2008, n. 81, recante "Attuazione dell'art. 1 della legge 3 agosto 2007, n. 123, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro") ovvero sulla *privacy* (d.lgs. 10 agosto 2018, n. 101, recante "Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)").

⁴¹ Per questa impostazione, anche nella riflessione di matrice cattolica, si veda **M. NOVAK**, *L'impresa come vocazione*, cit., p. 207: "quando le emergenze si manifestano con tanta rapidità, è quasi impossibile riflettere con calma. [...] In casi come questo, l'esistenza di un codice etico aziendale è una vera e propria manna. I dirigenti non devono stabilire una nuova politica aziendale e non devono temere di trovarsi nelle condizioni di doversi



A questa visione la *Caritas in veritate* ricorda che “la sfera economica non è né eticamente neutrale né di sua natura disumana e antisociale. Essa appartiene all’attività dell’uomo e, proprio perché umana, deve essere strutturata e istituzionalizzata eticamente”⁴².

Sull’etica, dunque, devono misurarsi i processi interni ma anche il settore merceologico e le finalità. La decisione sulle finalità - in che si fa consistere il bene-obiettivo dell’impresa (la cura del malato o il guadagno?) - orienta dal più alto livello i comportamenti dell’impresa. Questi sono chiamati a prender forma da quelle, a svilupparne la logica e dispiegarne in sé gli effetti. È mistificatorio che si prescriva al medico la centralità della cura del malato quando questa è concepita come strumento di profitto. Se dinanzi alle possibilità della tecnica medica si eleva il dover essere del profitto aziendale, ove non sussista consonanza, questo si sovrappone a quelle. Né è dato invocare la legge, poiché è nello spazio da questa lasciato libero che opera il codice etico⁴³.

Scrive Ludwig Von Mises

“è irrilevante per l’imprenditore, in quanto servitore dei consumatori, se i desideri e le preferenze di questi ultimi sono sagge o imprudenti, morali o immorali. Egli produce quello che i consumatori vogliono. In questo senso egli è amorale. Produce *whisky* e cannoni proprio come produce cibo e vestiti. Non è suo compito rendere ragionevoli i consumatori sovrani [...]. Le persone bevono *whisky*, non perché esistono le distillerie; ma le distillerie esistono perché le persone

discolpare, in seguito, dinanzi agli amministratori della società. Essi possono trovare nel codice etico una guida immediata. Il fondatore della Johnson & Johnson, R. W. Johnson jr., aveva scritto di proprio pugno, nel 1943, un codice per la sua impresa che spesso è stato citato ad esempio per prendere buone decisioni tattiche”. Nel nominato Codice, *inter alia*, si legge: “Noi ci sentiamo responsabili anzitutto nei confronti dei medici, delle infermiere, degli ospedali, delle madri, e di tutti coloro che usano i nostri prodotti. I nostri prodotti devono essere sempre di ottima qualità. Dobbiamo tentare costantemente di ridurne il costo. Le ordinazioni che riceviamo devono essere soddisfatte prontamente e accuratamente. I nostri rivenditori devono trarre un equo profitto” (p. 208). Si noti come la responsabilità venga assunta in ordine alla qualità del prodotto e non alla sua eticità.

⁴² Si veda **BENEDETTO XVI**, *Caritas in veritate*, cit., § 36.

⁴³ Con riferimento alle sfide della bioetica si veda **Pontificio Consiglio per gli Operatori sanitari (per la Pastorale della Salute)**, *Nuova Carta degli Operatori sanitari*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano, 2016, p. 113, che, nel promuovere la istituzione di comitati etici e servizi di consulenza di etica clinica, osserva: “in particolare, i Comitati etici non dovrebbero limitarsi ad essere organi di puro controllo amministrativo nel campo delle sperimentazioni cliniche, bensì valorizzati anche nell’ambito della prassi biomedica, offrendo la possibilità di razionalizzare il processo decisionale clinico e una valutazione appropriata dei valori etici in gioco e/o in conflitto nella prassi quotidiana”.



desiderano bere *whisky*. Ciò può essere deplorato. Ma non è compito degli imprenditori migliorare moralmente l'umanità"⁴⁴.

La visione di Von Mises ambisce alla validità di teoria generale ma esprime soltanto la preferenza per un determinato modello di impresa e, ancor prima, per la concezione ideologica che lo informa. Non si realizza una distilleria perché le persone desiderano bere *whisky*, ma perché si vuole intraprendere nel settore delle distillerie. È evidente che i desideri e bisogni umani non si riducono all'*alcool* ed è evidente che nel mercato ci sono altre domande di prodotti da soddisfare. Le parole di Von Mises svelano, piuttosto, un altro dogma dell'ideologia della sovranità del mercato. Quello per cui l'agire dell'imprenditore deve essere governato dalla sola logica economica e risultare indifferente a ogni giudizio valoriale (settore merceologico, attività).

Dare evidenza al carattere ideologico della proposizione è, certamente, utile a denunciarne la fallacia della pretesa neutralità e a legittimare la possibilità di contrapporle, con eguale dignità, quelle visioni, come la cattolica, che nella critica avrebbero carattere prettamente culturale. Ma, soprattutto, nell'ottica del diritto, serve a negare radicalmente che, nelle sue scelte, l'imprenditore sia esclusivamente governato dai valori funzionali dell'economia e, così, possa essere chiamato a rispondere per opzioni sostenibili ma non comparativamente vantaggiose. È questa una indicazione di alto valore operativo perché consente di dare evidenza e distinguere l'autonomia propria del paradigma posto dal diritto dell'impresa dai possibili vincoli derivanti dallo statuto normativo della forma organizzativa adottabile per il suo esercizio, come si vedrà nel prosieguo.

3.2 - La centralità dei "bisogni fondamentali della comunità" e l'assetto economico-funzionale dell'impresa: l'esigenza di bilanciamento degli interessi

Caesar non est supra grammaticos, ammoniva Immanuel Kant⁴⁵. Ed è fondamentale - nel significato proprio del termine, che da "fondamento" -

⁴⁴ Cfr. L. VON MISES, *L'imprenditore, il capitalista e il lavoratore*, tratto da ID., *L'azione umana*, traduzione italiana di T. BIAGIOTTI, UTET, Torino, 1959, in AA. VV., *Il nuovo imprenditore*, a cura di M. BALDINI, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2002, p. 68, da cui è tratta la citazione.

⁴⁵ Cfr. I. KANT, *Risposta alla Domanda: che cosa è l'Illuminismo?*, traduzione italiana di F. DI DONATO, in ID., *Scritti politici e di filosofia del diritto*, UTET, Torino, 1965, p. 142.



tenere presente che il progetto si declina, pur sempre, secondo regole, giuridiche ed economiche, che hanno proprie logiche ed esigenze. L'imprenditore deve adoperarsi perché il progetto, con il suo ambito ideale, sia rappresentato nella concretezza dell'azione, ma sono le regole a sorreggere, orientare e delimitare le scelte e le decisioni che imprimono la fisionomia all'impresa.

Il diritto dell'impresa stabilisce due principi di ordine funzionale che costituiscono criterio e limite dell'auto-nomia di qualunque progetto imprenditoriale. La recente novella dell'art. 2086 c.c. estende, anche nella formula, all'impresa la regola posta dall'art. 2081 c.c. per le società per azioni, richiedendo che si connoti per "*un assetto organizzativo, amministrativo e contabile adeguato alla natura e alle dimensioni dell'impresa*". La sua definizione è compito e onere dell'imprenditore, qualunque sia lo statuto normativo adottato per la struttura e il funzionamento dell'impresa. È troppo anche solo ipotizzare che il legislatore abbia potuto prendere in considerazione la "*natura*" dell'impresa in una accezione diversa da quella merceologica, che l'art. 2195 c.c. pone a selezione degli statuti dell'imprenditore⁴⁶. Per "*adattare tutto il processo produttivo alle esigenze della persona e alle sue forme di vita*", come richiesto dalla *Gaudium et spes*⁴⁷, il modello dell'impresa cattolica non può, dunque, invocare alcuna pretesa di eccezionalità per derogare ai canoni della funzionalità.

Già di sopra si è parlato dell'esigenza che la gestione dell'impresa si qualifichi per il metodo economico e, dunque, il progetto imprenditoriale deve giustificarsi per la sua sostenibilità (art. 2082 c.c.). La possibilità di perseguire gli obiettivi solidaristici si misura sulla capacità di far fronte "*regolarmente*" alle obbligazioni economiche, poiché, allorché ne difetti, si espone alla dichiarazione di insolvenza *ex art. 1* della legge fallimentare. Al contempo è stato ricordato che

"la capacità dell'azienda di vivere indefinitamente, nulla dice intorno all'effettivo perseguimento dei fini a essa assegnati, potendosi avere casi di *non profit* in equilibrio economico di gestione ma che non raggiungono in alcuni gli obiettivi a cui sono ordinate"⁴⁸.

⁴⁶ Si veda **V. BUONOCORE**, *Le nuove frontiere*, cit., p. 203, che già a proposito dell'art. 2381 c.c. osserva che "*il legislatore 'relativizza' o, se si vuole, 'commisura' l'adeguatezza, oltre alle dimensioni, anche alla concreta attività che l'impresa svolge, che sono poi i due più elementari parametri di classificazione e di valutazione delle imprese che, seppur con diversa valenza, il codice indica e disciplina: per le 'dimensioni' nell'art. 2083 e per la 'natura' nell'art. 2195*" (corsivo dell'A.).

⁴⁷ Si veda Cost. Past. *Gaudium et spes*, § 67 (in *vatican.va*).

⁴⁸ Cfr. **P. CAPALDO**, *Non profit*, cit., p. 33.



Si diceva che i due principi rispondono alla medesima logica, che è quella funzionale. Ora, la funzionalità trae da sé le proprie ragioni, lasciata a se stessa è governata dalla razionalità economica. Perché possa essere diversamente orientata esige una programmazione degli obiettivi secondo un principio unitario spendibile per un coerente agire economico. Il che rileva l'essenziale sfida della costruzione dell'impresa-comunità.

Se si degrada il profitto, in favore della centralità dei bisogni fondamentali della comunità, viene a trovare riconoscimento una molteplicità di interessi che, per la loro varietà ed eterogeneità, ha una intrinseca capacità di minacciare l'assetto economico e funzionale. Si consideri, ad esempio, l'erogazione di servizi socio-assistenziali oggettivamente validi, il contenimento del loro costo, la redistribuzione del reddito tra dipendenti e *management*, il mantenimento dei livelli occupazionali, l'elevazione di quelli salariali, la stabilizzazione dei precari. Essi esprimono altrettanti legittimi interessi e possibili obiettivi dell'impresa cattolica⁴⁹. Dinanzi a obiettivi concorrenti o alternativi ovvero a volontà eterogenee di singoli e categorie occorre, allora, che l'imprenditore svolga - più che l'opera di mediazione, propria del "mandatario di tutti gli altri di fronte al gruppo con il quale in quel momento ha a che fare"⁵⁰ - un'opera di bilanciamento e sintesi, con la loro disposizione in una sorta di gerarchia mobile atta a rispondere alla situazione concreta.

Il bilanciamento ha, seguendo il magistero, un principio cardine nella "priorità del 'lavoro' nei confronti del 'capitale'"⁵¹ e deve confrontarsi con "il

⁴⁹ Cfr. **Pontificio Consiglio della Giustizia e della Pace**, *Compendio*, cit., § 345: "la Dottrina sociale insiste sulla necessità che l'imprenditore e il dirigente si impegnino a strutturare l'attività lavorativa nelle loro aziende in modo da favorire la famiglia, specialmente le madri di famiglia nello svolgimento dei loro compiti, assecondando, alla luce di una visione integrale dell'uomo e dello sviluppo, la domanda di qualità 'delle merci da produrre e da consumare; qualità dei servizi di cui usufruire; qualità dell'ambiente e della vita in generale'; investano, qualora ricorrano le condizioni economiche e di stabilità politica, in quei luoghi e in quei settori produttivi che offrono a individui e popoli l'occasione di valorizzare il proprio lavoro" (corsivo dell'A.).

⁵⁰ Per questa impostazione si veda **J. A. SCHUMPETER**, *Funzione imprenditoriale e interesse operaio*, in **ID.**, *L'imprenditore e la storia dell'impresa. Scritti 1927-1949*, traduzione italiana di E. GRILLO, Bollati Boringhieri, Torino, 1993, p. 40 (corsivo dell'A.), che aggiunge: "egli quindi rappresenta certamente gli interessi del capitale quando tratta con gli operai, ma rappresenta altresì gli interessi degli operai quando si confronta con chi gli fornisce il denaro".

⁵¹ Si veda **GIOVANNI PAOLO II**, *Laborem exercens*, Lett. Enc. (14 settembre 1981), § 12 (in *vatican.va*): "si deve prima di tutto ricordare un principio sempre insegnato dalla Chiesa. Questo è il principio della priorità del 'lavoro' nei confronti del 'capitale'. Questo



problema-chiave dell'etica sociale" costituito dalla "giusta remunerazione per il lavoro che viene eseguito"⁵². Anche quando il bilanciamento risulta codificato nel regolamento statutario⁵³, nella prassi esige sempre un canone capace di governare e fare sintesi tra la neutralità della logica funzionale e la soggettività dell'ordine preferenziale: la ragionevolezza, che riguarda la adeguatezza della decisione selettiva rispetto alle circostanze nonché la coerenza rispetto al fine e la sua proporzionalità, all'esito della comparazione tra le opzioni astrattamente praticabili. Si tratta di un'opera ardua perché investe la stessa capacità rappresentativa dell'insieme degli interessi, interni ed esterni, coinvolti dell'imprenditore - il "capo dell'impresa" (art. 2086 c.c.) - che ogni arbitrio delegittimerebbe. Il punto merita di essere sottolineato. Il discorso si dispiega, in primo luogo, se non essenzialmente, sul piano della legittimità e solo in via residuale, e se del caso, su quello della legalità posto che anche quando la decisione non è una realtà psicologica, come in caso di imprenditore persona fisica, ma procedimentale, come in caso di enti, la stessa è sindacabile solo in termini di difformità rispetto al modello predisposto dalle norme organizzative, legali o convenzionali, che la declinano⁵⁴.

3.3 - L'assetto organizzativo e il modello partecipativo. Il ruolo dell'informazione

principio riguarda direttamente il processo stesso di produzione, in rapporto al quale il lavoro è sempre *una causa efficiente* primaria, mentre il 'capitale', essendo l'insieme dei mezzi di produzione, rimane solo uno *strumento* o la causa strumentale. Questo principio è verità evidente che risulta da tutta l'esperienza storica dell'uomo" (Corsivo dell'A.).

⁵² Si veda **GIOVANNI PAOLO II**, *Laborem*, cit., § 19: "il giusto salario diventa in ogni caso la concreta *verifica della giustizia* di tutto il sistema socio-economico e, ad ogni modo, del suo giusto funzionamento" (Corsivo dell'A.).

⁵³ Si veda, ad esempio, nella società *benefit* il 380° comma dell'art. 1 della legge n. 209 del 2015 che demanda, sotto il profilo gestionale, allo statuto il compito di "*bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie indicate nel comma 376*".

⁵⁴ Nella giurisprudenza della Suprema Corte di Cassazione si riconosce che "l'insindacabilità del merito delle [...] scelte di gestione (*cd business judgement rule*) trova un limite nella valutazione di ragionevolezza delle stesse"; tuttavia, il canone non opera come generale principio di governo dell'impresa ma, *ex art. 2392 c.c.*, con stretto riferimento alla responsabilità dell'amministratore per i danni causati alla società amministrata (Cass., 28 giugno 2017, n. 17562, in *ilcaso.it*).



La capacità rappresentativa dell'imprenditore costituisce il primo dei due poli indispensabili alla costruzione dell'impresa-comunità. Il secondo è dato dal personale perché una comunità non nasce *ipso facto* per decisione unilaterale, ma richiede e si alimenta nella continua condivisione di finalità, obiettivi e processi da parte di tutte le sue componenti. È necessaria un'identificazione con l'impresa di matrice partecipativa e non meramente sinallagmatica.

Il diritto dell'impresa considera quello con il dipendente alla stregua di un rapporto di scambio (salario verso prestazione) che si dispiega nell'ambito di una organizzazione piramidale. A fronte dell'art. 2086 c.c., che riconosce nell'imprenditore il "*capo dell'impresa*" da cui dipendono "*gerarchicamente*" i collaboratori, l'art. 2094 c.c. definisce il "*prestatore di lavoro subordinato*" come colui che svolge il proprio lavoro, intellettuale e materiale, "*sotto la direzione dell'imprenditore*" e l'art. 2104 c.c. ne misura la "*diligenza*" nella capacità di "*osservare le disposizioni per l'esecuzione e per la disciplina del lavoro impartite dall'imprenditore e dai collaboratori di questo dai quali gerarchicamente dipendente*". Si tratta di norme che esprimono la cultura corporativa propria del Codice del 1942, ma è indicativo che, a tutt'oggi, non sussiste una disciplina dell'azienda, se non con riferimento alla sua circolazione (art. 2556 c.c.).

La costruzione dell'impresa-comunità richiede, anche questa volta, un salto di paradigma: dallo scambio alla associazione, dal sinallagma alla partecipazione⁵⁵. Nel dibattito in materia si è già visualizzata una strategia di gestione dell'impresa, la *governance multistakeholder*, che mira a "consentire a tutti coloro che intrattengono rapporti con l'impresa di partecipare, secondo specifiche procedure, al processo decisionale"⁵⁶. La

⁵⁵ Per la tradizionale prospettiva si veda **M. FRIEDMAN**, *Capitalismo e libertà*, cit., p. 182, secondo il quale "la responsabilità sociale dei dirigenti del sindacato è semplicemente quella di servire gli interessi dei loro associati".

⁵⁶ Cfr. **S. ZAMAGNI**, *Impresa responsabile e mercato civile*, il Mulino, Bologna, 2013, p. 81, che così prosegue: "questo tipo di partecipazione democratica è diverso sia dalla consultazione concertativa sia dalla trasmissione trasparente delle informazioni. Perché se l'impresa ha da essere l'istituzione che si adopera per rendere mutuamente compatibili le esigenze avanzate dai vari portatori di interesse - come la teoria degli *stakeholder* dichiara di volere - allora la pratica della RSI [Responsabilità sociale d'impresa] esige che tutti gli *stakeholder* abbiano la possibilità di esercitare l'opzione 'voce' nel senso di Hirschman (lo *shareholder model* si avvale invece - come già ricordato - dell'opzione 'uscita'). Per dirla in altro modo, si tratta di passare dallo *stakeholder management* - dove il CEO o il direttore generale cerca in prima persona di trovare, in modo più o meno paternalistico, una composizione tra le diverse tipologie richieste - alla 'democrazia degli *stakeholder*', che è un modello di *governance* partecipata da tutti coloro che, in quanto *partner* dell'impresa,



promozione del modello partecipativo, venga o meno recepito nel sistema di *governance*, è in ogni caso una operazione di valore culturale e sociale, ancora prima che giuridica. La difficoltà non va nascosta ma evidenziata perché la metanoia è il risultato di un processo che ha dimensione corale e tocca visioni, interessi, aspettative multiformi. La costruzione del modello è, dunque, graduale, sottoposta a un adattamento continuo a fronte del quale l'imprenditore è chiamato a un costante impegno di propulsione e coerenza.

In questo scenario affiora il problema dell'informazione, che è centrale, anche perché "ogni soggetto possa tutelare in piena e consapevole libertà i suoi interessi"⁵⁷.

Nel diritto dell'impresa non sussiste un sistema che assicuri evidenza alle ragioni e al contesto delle scelte dell'imprenditore mentre, in quello azionario, è previsto solo all'emersione di interessi degli amministratori⁵⁸; così gli obblighi di rendicontazione economica ignorano i dipendenti, risultando focalizzati sui soci e il mercato. Anche per quanto si dirà nel prosieguo, si noti che le fondazioni e le associazioni non hanno l'obbligo di depositare il bilancio nel Registro delle imprese, che è dunque conoscibile solo per le società di capitali, le cooperative e gli enti del Terzo settore⁵⁹.

Epperò, non vi può essere com-partecipazione all'impresa senza condivisione dei programmi, dei processi e dei risultati. Se l'impresa vive di dati funzionali, la sua comunità si alimenta anche con quelli cognitivi ed emotivi. I rapporti interpersonali e interorganici sono condizionati dalla qualità e quantità delle conoscenze, le dinamiche interne si alimentano, nel positivo e nel negativo, con le testimonianze e le narrazioni, che possono

condividono diritti e doveri". Il progetto declinato da Zamagni si richiama espressamente alla proposta teorica di L. SACCONI, *The Economics of Corporate Social Responsibility*, in *Handbook on the Economics of Reciprocity and Social Enterprise*, a cura di L. BRUNI, S. ZAMAGNI, E. Elgar, Cheltenham, 2013.

⁵⁷ Così, per "una sanità del sistema finanziario", cfr. **Congregazione per la Dottrina della Fede, Dicastero per il Servizio dello Sviluppo Umano Integrale**, "*Oeconomicae et pecuniariae questiones*", cit., § 22.

⁵⁸ Nella società per azioni è richiesto che gli amministratori diano conto dell' „interesse che, per conto proprio o di terzi, abbiano in una determinata operazione" (art. 2391 c.c.).

⁵⁹ Nel d.lgs. 3 luglio 2017, n. 117 (recante "Codice del Terzo settore, a norma dell'art. 1, comma 2, lett. b) della legge 6 giugno 2016, n. 106") l'art. 13, quinto comma, prescrive per gli enti del Terzo settore, che esercitano esclusivamente o principalmente attività di impresa commerciale, il deposito del bilancio nel Registro delle imprese. L'art. 14 prevede, inoltre, per gli enti "con ricavi, rendite, proventi o entrate comunque superiori a 1 milione di euro" che il "bilancio sociale" sia depositato nel Registro unico nazionale del Terzo settore e pubblicato nel proprio sito *internet*.



essere anche frutto di suggestioni e strumentalizzazioni⁶⁰. L'informazione è al centro del sistema e risulta determinante ai fini del senso di appartenenza e della libertà di scelta.

La definizione del sistema d'informazione interna, che dia evidenza alle ragioni e al contesto delle scelte, è affidata all'imprenditore. Qui il diritto ha poco o nulla da aggiungere, se non richiamare il fondamentale schema concettuale per cui il potere implica responsabilità e quest'ultima si connota come un rispondere (*re-spondeo*).

3.4 - La domanda di salute tra efficienza economica ed efficienza sanitaria

Come possono essere "rappresentati" i bisogni e le istanze del compratore dei beni e servizi nell'agire imprenditoriale? La questione non si esaurisce, certo, nella capacità di dare una risposta alle esigenze. È questo il gioco fondamentale del mercato: l'incontro tra domanda e offerta. Il discorso rimane sul piano della materialità degli interessi economici e il rapporto tra compratore e venditore si dispiega smithianamente nella reciproca strumentalità.

La dimensione solidaristica dell'impresa cattolica presuppone, in primo luogo, che il compratore sia considerato nella sua qualità personale - anche quando portatore di un bisogno di massa e, dunque, di tendenziale omogeneità - come soggetto e non come mero "consumatore", secondo la impietosa denominazione dell'art. 1469.bis c.c. La norma ha il pregio di disvelare il ruolo nichilistico, direbbe Natalino Irti, che il compratore è chiamato a svolgere nel meccanismo di mercato: il "polo della distruzione"⁶¹.

⁶⁰ In tema si veda L. BRUNI, *Il capitale narrativo*, Città Nuova, Roma, 2018, p. 19, che evidenzia come "le comunità, le associazioni, i movimenti, le istituzioni e le imprese vivono grazie a molte forme di capitali. Una di queste è il *capitale narrativo* una risorsa preziosa in molte organizzazioni, che diventa essenziale nei momenti di crisi e nei grandi cambiamenti dai quali dipendono le qualità del presente, la possibilità del futuro, la benedizione o la maledizione del passato. È quel patrimonio - cioè *munus* / dono dei *padri* - fatto di racconti, storie, scritti, a volte poesie, canti, miti. È un autentico *capitale* perché, come tutti, i capitali, genera frutti e futuro" (corsivo dell'A.).

⁶¹ In tema si rinvia alle stimolanti riflessioni del saggio di N. IRTI, *Figure del nichilismo (il consumatore)*, in ID., *Il salvagente della forma*, Laterza, Bari, 2007, p. 70 (corsivo dell'A.) che stigmatizza: "il consumatore è colui che consuma: che usa, logora, esaurisce e distrugge le cose. Il contenuto della parola è radicalmente *negativo*. Il consumo nega la cosa come tale, la nientifica, la sospinge nel buio del non essere. La modernità - che si riconosce e rispecchia nell'idea del divenire, ossia del giungere le cose dal nulla e ritornare nel nulla - ha il consumatore tra gli essenziali protagonisti" (corsivo dell'A.).



Chi acquista deve consumare il prodotto perché il suo esaurimento è indispensabile a far ripartire e alimentare la macchina della produzione, che è tarata non per risolvere definitivamente il bisogno ma per soddisfarlo al momento e, se necessario, a ricrearlo.

Avverte Stefano Zamagni

“della transizione, ormai in atto, dalla società dei produttori, cioè dalla società dei consumi, alla società dei consumatori. La prima è una società nella quale il consumo è mezzo per un fine, quale l’accumulazione del capitale, il profitto, la potenza o altro ancora; quella dei consumatori, invece, è la società in cui è il consumo a divenire il fine e la produzione il mezzo”⁶².

Rimane che riconoscere nel compratore un soggetto significa, sotto il profilo dell’organizzazione, farsi carico dell’esigenza di instaurare relazioni, e non meri scambi economici, e “di rispondere a una *domanda di qualità*”⁶³. La differenza è che il rapporto deve tendere ad assicurare la “scelta migliore”⁶⁴ sulla base di giuste aspettative e non di fallaci illusioni, e tener conto non solo del bene salute ma del ben-essere del paziente, che supera il dato fisico per comprendere le domande, esigenze, aspettative che nascono e vanno oltre l’episodio di presa in cura. La qualità della presa in cura si dispiega, certamente e in primo luogo, nel trattamento sanitario ma riguarda anche le condizioni in cui viene erogato, come la disponibilità assistenziale, la

⁶² Cfr. S. ZAMAGNI, *Responsabili*, il Mulino, Bologna, 2019, p. 87.

⁶³ Si veda GIOVANNI PAOLO II, *Centesimus*, cit., § 36: “è chiaro che oggi il problema non è solo di offrirgli una quantità di beni sufficienti, ma è quello di rispondere ad una *domanda di qualità*: qualità delle merci da produrre e da consumare; qualità dei servizi di cui usufruire; qualità dell’ambiente e della vita in generale. [...] Nel modo in cui insorgono e sono definiti i nuovi bisogni, è sempre operante una concezione più o meno adeguata dell’uomo e del suo vero bene: attraverso le scelte di produzione e di consumo si manifesta una determinata cultura, come concezione globale della vita. È qui che sorge il *fenomeno del consumismo*. Individuando nuovi bisogni e nuove modalità per il loro soddisfacimento, è necessario lasciarsi guidare da un’immagine integrale dell’uomo, che rispetti tutte le dimensioni del suo essere e subordini quelle materiali e istintive a quelle interiori e spirituali” (corsivo dell’A.).

⁶⁴ “Se le persone commettono degli errori, allora diventa concepibile, almeno in linea di principio, che qualcuno possa aiutarle a compiere una scelta migliore”, così R. H. Thaler che ha messo in evidenza, sotto il profilo concettuale, la prospettiva aperta dai principi della razionalità limitata e dell’autocontrollo limitato con la critica al “principio fondamentale che sta al centro del pensiero libertario della Scuola di Chicago [del]la *sovranità del consumatore*: la nozione secondo la quale gli individui scelgono in modo appropriato, e certamente scelgono meglio di quanto chiunque altro potrebbe fare per loro” (R.H. THALER, *Misbehaving*, traduzione italiana di G. BARILE, Einaudi, Torino, 2018, p. 321; corsivo dell’A.).



qualità del vitto, la presenza dei familiari. La centralità del malato richiede coerenza di modelli di comportamento e di pratiche, dall'accesso alla dimissione. Sotto il profilo della produzione, questa visione rigetta l'imposta riduzionista che identifica il malato nella malattia e nella malattia il prodotto sanitario, da calibrare in modo pre-determinato secondo le tecniche scientifico-professionali e le caratteristiche aziendali. La rigetta in favore dell'apertura ai bisogni della persona, colti nella loro soggettività mediante l'osservazione sistematica delle condizioni d'uso del servizio erogato, al fine di risolvere inconvenienti e sviluppare potenzialità. In questa prospettiva, le caratteristiche dell'azienda vanno intese come limite non già esterno, che si impone rispetto alle esigenze del paziente, ma interno, ossia di capacità a soddisfarle al meglio. In questa prospettiva, ancora, la strategia per accogliere la domanda dei più bisognosi non è quella di abbassare il prezzo riducendo la qualità del servizio ma intervenendo sui costi dei processi di produzione e vendita.

Il nodo critico è che, nelle aziende sanitarie, l'efficienza economica non corrisponde sempre a quella medica. La prima chiama il professionista a un rendimento in termini di costi-benefici che pone l'accento sul costo, richiedendo un utilizzo minimale delle risorse; la seconda, invece, sui benefici, rispetto ai quali il costo può essere una mera variabile: la dimissione nel minor tempo ammissibile non sempre incentiva il recupero del ben-essere. Dinanzi a logiche tanto diverse, se non contrapposte, a segnare la differenza è la volontà di prendere in considerazione e di cercare un bilancio tra costi economici e costi umani.

L'attenzione ai bisogni reali e agli stili virtuosi di vita segna, dunque, la distanza rispetto al modello dell'impresa capitalistica.

“Suscitare interesse, conquistare la fiducia, risvegliare la voglia di acquistare: in questo crescendo si manifesta l'efficacia del mercante di successo. Non importa quali mezzi vengano usati a tal fine, basta che non vi sia costrizione esterna, ma solo interiore, che la controparte non accondiscenda al patto di malavoglia, ma per propria decisione. Il risultato dell'azione del venditore deve essere la suggestione. I mezzi di costrizione interna sono tuttavia molteplici”,

sottolinea Werner Sombart⁶⁵. Emerge il problema della pubblicità. Il compratore opera le sue scelte sulla base delle spiegazioni e delle tecniche

⁶⁵ Cfr. **W. SOMBART**, *Le funzioni, i tipi e le trasformazioni degli imprenditori*, tratto da **ID.**, *Il capitalismo moderno*, a cura di A. CAVALLI, UTET, Torino, 1967, in **AA. VV.**, *Il nuovo imprenditore*, a cura di M. BALDINI, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2002, p. 38 (corsivo dell'A.).



di persuasione. Il Codice del consumo⁶⁶ presidia la consapevolezza della scelta e censura le forme di pubblicità ingannevole. Non intendono queste pagine negare all'impresa cattolica il ricorso alle tecniche di promozione dei propri prodotti ma, piuttosto, avvertire come esse rappresentino un terreno elettivo per misurare la effettività del modello, che mira a soddisfare il bisogno reale non a crearne di artificiali, che considera la produzione uno strumento e non un fine, che vede nel cliente un soggetto con cui coltivare (anche) una relazione sociale e non già (solamente) concludere uno scambio economico. La lezione di Amartya Sen per la quale la libertà di scelta non si identifica con la capacità di scelta⁶⁷ diviene ammonimento, morale e giuridico, quando si dispiega in relazione al bene salute⁶⁸.

3.5 - L'offerta di salute: il mercato e il principio di responsabilità

La capacità rappresentativa dell'imprenditore investe anche gli interessi e i bisogni della collettività nella quale opera. È ormai diffusamente avvertito che l'impresa non è una monade, è inserita in un tessuto sociale rispetto al quale è chiamata a una responsabilità che va oltre l'orizzonte della legalità. Le diverse teorie, pur nella eterogeneità dei presupposti culturali da cui muovono, hanno tutte esiti che si ritrovano con quelli che derivano dal sistema di principi e valori dell'impresa cattolica.

Qui, pertanto, vale soffermarsi sul problema essenziale dell'orizzonte che può essere assunto dall'intraprendere e dalla sua latitudine. Il successo dell'imprenditore si misura anche nella capacità di individuare nuove esigenze e, quindi, di aprire nuovi mercati. Dinanzi al trionfalismo che accompagna questa espansione si avverte l'esigenza di considerare le implicazioni.

“Assegnare un prezzo alle cose buone può corromperle. Questo perché i mercati non solo distribuiscono beni: essi esprimono e promuovono anche determinati atteggiamenti nei confronti dei beni oggetto dello scambio” - rileva Michael J. Sandell - “spesso gli economisti assumono che i mercati siano inerti, che non abbiano ripercussioni sui beni che scambiamo. Ma questo non è vero. I mercati lasciano il segno. Talvolta,

⁶⁶ Si veda d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, recante “Codice del consumo, a norma dell'art. 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229”.

⁶⁷ Si veda A. SEN, *L'idea di giustizia*, traduzione italiana di L. VANNI, Mondadori, Milano, 2010, p. 241.

⁶⁸ Desidero ringraziare il prof. Vincenzo Guzzanti per l'importante contributo dato nella discussione dei profili prettamente sanitari di questo paragrafo.



i valori di mercato scalzano valori non di mercato, di cui varrebbe la pena tener conto⁶⁹.

Aprire un nuovo mercato significa considerare quanto ne è soggetto come una merce, che può essere prezzata e compravenduta. L'assoggettamento alle regole di mercato è senza ritorno perché, anche allorché dovesse rivelarsi privo di ritorno economico, comporta lo s-naturamento del bene che perde ogni valore meta-fisico. È quanto accaduto alle tecniche sulla fecondazione artificiale che hanno portato alla evoluzione del desiderio del figlio in diritto al figlio, con conseguente involuzione di questi da soggetto di diritto a oggetto di diritto⁷⁰.

Il principio di responsabilità impone, dunque, di valutare con attenzione la mercificazione di beni e servizi nei settori altamente sensibili, come la salute, l'istruzione, la socialità. Tanto si osserva avvertendo della posizione del diritto dell'impresa che, almeno nel suo orientamento dominante, non solo non si oppone ma attrae nel suo ambito applicativo anche l' „impresa illegale”⁷¹.

4 - La fisionomia dell'impresa sanitaria cattolica

C'è da chiedersi, a questo punto, se l'impresa cattolica abbia una propria fisionomia.

Il problema è che l'impresa, per esigenze di efficienza, si rafforza perseguendo formule di standardizzazione, produttività e redditività. Si tratta di logiche che sono destinate a imporsi alla domanda in quanto

⁶⁹ Cfr. **M.J. SANDELL**, *Quello che i soldi non possono comprare*, traduzione italiana di C. DEL BÒ, Feltrinelli, Milano, 2012, rispettivamente, p. 16 e p. 17.

⁷⁰ Si veda **Pontificio Consiglio per gli Operatori sanitari (per la Pastorale della Salute)**, *Nuova Carta*, cit., p. 33: “il desiderio del figlio non è all'origine di alcun diritto al figlio. Questi è persona, con dignità di ‘soggetto’. In quanto tale non può essere voluto come ‘oggetto’ di diritto. Il figlio è piuttosto soggetto di diritto: c'è un diritto del figlio ad essere concepito nel pieno rispetto del suo essere persona”.

⁷¹ Cfr. **G.F. CAMPOBASSO**, *Manuale di diritto commerciale*, a cura di M. CAMPOBASSO, UTET, Torino, 2005, p. 41; **G. OPPO**, *L'impresa come fattispecie*, cit., p. 118; **E. SACCÀ**, *Impresa individuale e societaria illecita*, Giuffrè, Milano, 1988. Si veda, tuttavia, **F. FERRARA jr.**, **F. CORSI**, *Gli imprenditori e le società*, cit., p. 31: “la legge non può riferirsi per l'acquisito della qualità di imprenditore ad un'attività che contraddice ai suoi principi o che suscita scandalo. Chi tiene un'impresa non autorizzata di giochi d'azzardo o una casa chiusa, o fa traffico di contrabbando od organizza una banda di malviventi per effettuare sequestri di persona non è un imprenditore, ma un delinquente, e, se l'impresa è esercitata da più, si ha un'associazione a delinquere”.



comportano una coerente selezione, qualitativa e quantitativa, dell'offerta. Una produzione può essere interrotta anche quando ancora valida ovvero attivata con combinazioni di fattori che ne elevano la convenienza anche a s-vantaggio del compratore. Tale processo tende a essere progressivo con la crescita dell'azienda e la sua complessità. Le caratteristiche del modello produttivo hanno conseguenze sulla forma della produzione e sul rapporto con la clientela. Si tratta di conseguenze strutturali, dunque che possono essere governate solo marginalmente e che rischiano di allontanare dal modello di riferimento o di contaminarlo.

Con il che v'è da interrogarsi sull'orizzonte di crescita compatibile con la dimensione solidaristica dell'impresa cattolica, quale sia quello maggiormente corrispondente alla relativa specificità. Dinanzi alla mitologia della crescita si tratta di una questione spesso trascurata, anche perché non sono date soluzioni pregiudiziali. Qui, si può solo porre il tema e, allo stesso tempo, avvertire che l'alternativa non è l'arresto, che peraltro tradirebbe la finalità solidaristica, ma la gemmazione: invece di proseguire nella crescita dimensionale, dar vita a nuove realtà imprenditoriali, che consentano di mantenere e coltivare lo spirito comunitario.

5 - Lo statuto normativo e la forma organizzativa dell'impresa sanitaria cattolica

È, ora, di soffermarsi su quale assetto ordinamentale possa essere assunto dall'impresa cattolica.

Per la realizzazione del proprio progetto l'imprenditore può avvalersi di una pluralità di statuti normativi che, a loro volta, sono destinati a modellarne la fisionomia. Lo statuto è e dà forma all'impresa.

Si è dinanzi osservato che il metodo economico, richiesto dall'art. 2082 c.c. per l'esercizio imprenditoriale, consente la più ampia autonomia nella programmazione del rapporto tra ricavi e costi a condizione che i primi, almeno, garantiscano la copertura dei secondi. L'opzione per uno statuto normativo che abbia lo scopo lucrativo, come quello delle società commerciali secondo i tipi *ex art.* 2249 c.c., appare critica nella misura in cui l'interesse sociale, quale

“insieme degli interessi comuni dei soci, in quanto parti del contratto di società”, include l'„interesse alla produzione del lucro, alla massimizzazione del profitto sociale, inteso come massimizzazione del



valore globale delle azioni o delle quote, [...] alla distribuzione dell'utile [...]"⁷².

Con il che l'introduzione nello statuto delle clausole di neutralizzazione dello scopo lucrativo, ancorché favorevolmente considerato da alcuni indirizzi dottrinali⁷³, continua a essere avvertito dalla giurisprudenza⁷⁴. E anche quando, a seconda delle teorie, si ritenga che finalità di beneficio comune possano essere realizzate dalle società lucrative per il tramite di "una conduzione dell'attività imprenditoriale *socialmente responsabile* da parte degli amministratori"⁷⁵ ovvero nell'ambito di specifiche scelte gestionali (mai nell'ambito della programmazione imprenditoriale)⁷⁶; che sia permessa la destinazione di parte degli utili⁷⁷ nonché

"occasionalmente e marginalmente atti di beneficenza e, ovviamente, atti e attività che siano nell'immediato non remunerative, ma che possano essere comunque considerate anche indirettamente strumentali ai fini lucrativi della società"⁷⁸;

o ancora che le società

"possono porre in essere atti e attività che, nel rispetto delle finalità di lucro oggettivo della società e nell'ambito del perseguimento di un oggetto sociale avente a contenuto una attività economica produttiva di nuova ricchezza, siano anche di interesse per categorie di soggetti

⁷² Cfr. Cass., 12 dicembre 2005, n. 27397, in *Foro it.*, 2006, I, c. 3455.

⁷³ Cfr. **G. SANTINI**, *Il tramonto dello scopo lucrativo nelle società di capitali*, in *Riv. Dir. civ.*, 1973, I, p. 151 e più recentemente **M. PORZIO**, "[...] allo scopo di dividerne gli utili", in *Giur. Comm.*, 2014, I, p. 661 a cui si rinvia anche per la ricostruzione del dibattito.

⁷⁴ Cfr., per tutti, Cass., 12 aprile 2005, n. 7536, in *Foro it.*, 2006, I, 1617.

⁷⁵ Cfr. **G. MARASÀ**, *Scopo di lucro e scopo e scopo di beneficio comune nelle società benefit.*, in *Orizzonti del diritto commerciale*, 2017, p. 4 (associazione.orizzontideldirittocommerciale.it), corsivo dell'A.

⁷⁶ Cfr. **C. ANGELICI**, *Società benefit*, in *Orizzonti del diritto commerciale*, 2017, p. 8 (associazione.orizzontideldirittocommerciale.it).

⁷⁷ Cfr. **G. OPPO**, *Sulle erogazioni "gratuite" delle azioni di credito*, in **ID.**, *Scritti giuridici*, vol. IV, Cedam, Padova, 1992, p. 139; **G. MARASÀ**, *Le "società" senza scopo di lucro*, Milano, Giuffrè, 1984, p. 110; **R. COSTI**, *La responsabilità sociale dell'impresa e il diritto azionario italiano*, in *La responsabilità dell'impresa*, Giuffrè, Milano, 2006, p. 99. In giurisprudenza, cfr. Cass., 11 dicembre 2000, n. 15599, in *Foro it.*, 2001, I, c. 1932.

⁷⁸ Cfr. **F. DENOZZA**, **A. STABILINI**, *La società benefit nell'era dell'investor capitalism*, in *Orizzonti del diritto commerciale*, 2017, p. 10 (associazione.orizzontideldirittocommerciale.it), che indicano il "classico esempio delle attività filantropiche in grado di assicurare all'impresa sociale una positiva visibilità in maniera non diversa da una spesa di tipo pubblicitario".



diversi dai soci e che quindi possano qualificarsi di beneficio comune⁷⁹

deve concludersi che, attualmente, è da intendersi preclusa la “possibilità per la società *non benefit* di esercitare, *in misura rilevante*, attività volte al bene comune e prive di qualsiasi finalità lucrativa”⁸⁰. Né può essere risolutivo il riconoscimento della libertà del socio di perseguire i propri interessi, che la giurisprudenza teorica⁸¹ e pratica⁸² desumono dall’art. 2373 c.c., posto che trova il suo limite nella non confliggenza con quello sociale.

Se si vuole costruire l’impresa intorno alla dimensione solidaristica, la scelta dello statuto normativo si risolve tra quelli che, nella varietà delle declinazioni (enti del I Libro del Codice civile e del Terzo settore⁸³, società cooperative), respingono all’esterno l’obiettivo di profitto soggettivo, anche quando come nella “*società benefit*” si unisce a finalità di beneficio comune. È necessario uno statuto non solo non confliggente, come ovvio, con la visione che informa il progetto, ma capace di tradurlo in ordine giuridico in modo da svolgere e attuarne i principi nell’azione di governo dell’impresa.

L’esigenza di coerenza tra statuto normativo e ragioni dell’intraprendere porta all’attenzione come anche l’adozione di quelli *non profit* richiedano una conforme organizzazione dell’attività di impresa. Nelle nuove discipline introdotte dal Codice del Terzo settore viene mantenuta la distinzione tra il piano dell’organizzazione statutaria e quello dell’attività operativa, come si desume dal divieto di distribuzione, anche indiretta, di utili e avanzi di gestione⁸⁴. L’assunzione statutaria di scopi non

⁷⁹ Cfr. **M. STELLA RICHTER jr.**, *L’impresa azionaria*, cit., p. 83. Così anche **G. MARASÀ**, *Scopo di lucro*, cit., p. 5 che esclude che possa essere desunto dalla disciplina sulla società *benefit* “un divieto, per le società *non benefit* che intendano restare tali, di svolgere attività imprenditoriale con modalità idonee a realizzare anche scopi di beneficio comune” (corsivo dell’A.).

⁸⁰ Cfr. **F. DENOZZA**, **A. STABILINI**, *La società benefit*, cit., p. 10 (corsivo degli Aa.).

⁸¹ Cfr., per tutti, **A. GAMBINO**, *Il principio di correttezza nell’ordinamento delle società per azioni*, Giuffrè, Milano, 1987, p. 180.

⁸² Cfr. Cass., 28 aprile 2010, n. 10215, in *Giur. Comm.*, 2011, II, p. 809.

⁸³ Per la ricostruzione del dibattito in ordine alla ammissibilità dell’esercizio dell’attività di impresa da parte degli enti non societari si veda **A. CETRA**, *L’impresa collettiva non societaria*, Giappichelli, Torino, 2003.

⁸⁴ L’art. 8 del C.T.S. stabilisce che “il patrimonio degli enti del Terzo settore, comprensivo di eventuali ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate è utilizzato per lo svolgimento dell’attività statutaria ai fini dell’esclusivo perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale” (comma 1), vietando espressamente “la distribuzione, anche indiretta, di utili e avanzi di gestione, fondi e riserve comunque denominate a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori e altri componenti degli organi sociali, anche nel caso di recesso o di



profittevoli non presuppone, implica o comporta un corrispondente agire imprenditoriale. E troppo spesso l'ipocrisia legislativa trova eco in quella operativa, ove soggetti statutariamente *non profit* si sviluppano secondo logiche capitalistiche. La coerenza tra statuto normativo e modulo imprenditoriale esprime la misura del rapporto tra dimensione solidaristica e agire economico e rileva la sua capacità di tradursi in azione concreta e performante.

6 - L'impresa sanitaria cattolica e lo scopo di lucro

I temi di riflessione, ora offerti al dibattito, si concludono con una precisazione. Qui, non si vuole pregiudizialmente negare la proponibilità del modello dell'impresa *profit* (lucro soggettivo) nel settore sanitario. Nella *Caritas in veritate* si riconosce, senza distinguere, il valore dell'„impresa privata orientata al profitto” perché è dal “reciproco confronto sul mercato” con l'impresa pubblica e le organizzazioni a fini mutualistici e sociali che “ci si può attendere una sorta di ibridazione dei comportamenti d'impresa e dunque un'attenzione sensibile alla *civilizzazione dell'economia*”⁸⁵.

Qui, piuttosto, si intende richiamare all'esigenza che la coerenza tra lo scopo lucrativo e il modello dell'impresa cattolica sia verificata alla luce delle caratteristiche dei beni e servizi erogati, delle finalità professate e dei processi per il tramite dei quali vengono perseguite. Beni e servizi: se nel settore delle erogazioni rivolte alla cura del malato si può giungere a un giudizio critico in quanto il guadagno trasforma, nell'immediatezza, la salute da bene finale in strumentale, è tuttavia da avvertire che l'orizzonte è segnato dalla portata del concetto di “cura” poiché allo stesso sono riconducibili anche le prestazioni che vanno oltre i livelli essenziali di assistenza, rispetto alle quali si aprono prospettive che dipendono dalle caratteristiche concrete. Così, nulla si oppone, quantomeno in via di principio, nei settori nei quali tale s-valutazione non opera, come quello della produzione e commercio dei servizi e prodotti strumentali alle attività socio-assistenziali. Finalità: l'orientamento al profitto introduce un assetto preferenziale nell'ordine degli interessi, coinvolti nella gestione, ponendo al vertice i soci a cui è destinato. Il che non pregiudica necessariamente la vocazione comunitaria dell'impresa cattolica: occorre, tuttavia, che si tratti di una graduazione, inclusiva anche degli altri interessi, e non già di una

ogni altra ipotesi di scioglimento individuale del rapporto associativo” (comma 2).

⁸⁵ Si veda **BENEDETTO XVI**, *Caritas in veritate*, cit., § 38 (corsivo dell'A.).



selezione, estrattiva di questi, che minerebbe la matrice partecipativa. Processi: il profitto deve, in ogni caso, misurarsi con la capacità dell'impresa di farsi carico dei fondamentali bisogni della comunità di uomini che vi partecipa, perché va sempre inteso che "il profitto è un regolatore della vita dell'azienda, ma non è l'unico; a esso va aggiunta la considerazione di altri *fattori umani e morali* che, a lungo periodo, sono almeno egualmente essenziali per la vita dell'impresa"⁸⁶.

⁸⁶ Si veda **GIOVANNI PAOLO II**, *Centesimus*, cit., § 35 (Corsivo dell'A.).