

(Trascrizione)

Piacenza, 29 gennaio 1999

Per un'Economia di Comunione

Estratto dalla lezione svolta il 29 gennaio 1999 presso la sede di Piacenza dell'Università Cattolica del «Sacro Cuore», in occasione del conferimento del dottorato honoris causa in economia.

Tipica del nostro Movimento è la cosiddetta «Economia di Comunione» nella libertà, una particolare esperienza di Economia solidale.

Essa, autentica espressione della spiritualità dell'unità nella vita economica, può essere compresa nella sua interezza e complessità solo se inserita all'interno della visione che tale spiritualità ha dell'uomo e dei rapporti sociali.

È nata in Brasile nel 1991.

Il Movimento, presente in quella nazione sin dal 1958, si era diffuso in ogni suo Stato, attraendo persone di tutte le categorie sociali.

Da qualche anno però, nonostante la comunione dei beni, mi ero resa conto che – data la crescita del Movimento (in Brasile siamo circa 250.000 persone) – non si riusciva a coprire neanche i più urgenti bisogni di certi nostri membri.

Mi era sembrato, allora, che Dio chiamasse il nostro Movimento a qualcosa di più e di nuovo.

Pur non essendo esperta in problemi economici, ho pensato che si potevano far nascere fra i nostri delle aziende, in modo da impegnare le capacità e le risorse di tutti per produrre insieme ricchezza a favore di chi si trovava in necessità.

La loro gestione doveva essere affidata a persone competenti, in grado di farle funzionare efficacemente e ricavarne degli utili.

Questi dovevano essere messi in comune.

E cioè in parte essere usati per gli stessi scopi della prima comunità cristiana: aiutare i poveri e dar loro da vivere, finché abbiano trovato un posto di lavoro. Un'altra parte per sviluppare strutture di formazione per «uomini nuovi» (come li chiama l'apostolo Paolo), cioè persone formate e animate dall'amore, atte a quella che chiamiamo la «cultura del dare». Un'ultima parte, certo, per incrementare l'azienda.

In tal modo, nelle nostre cittadelle di testimonianza (ne abbiamo una ventina nel mondo) – che si presentano come moderne convivenze con tutte le espressioni della vita moderna ed esigono quindi anche la presenza di aziende accanto alle scuole di formazione, alle case per famiglie, alla chiesa, all'artigianato e ad altre opere sorte per il mantenimento degli abitanti – sarebbe dovuto sorgere anche un vero polo produttivo.

L'idea è stata accolta con entusiasmo non solo in Brasile e nell'America Latina, ma in Europa e in altre parti del mondo.

Molte aziende sono nate, e molte già esistenti hanno aderito al progetto modificando il proprio stile di gestione aziendale.

A questo progetto oggi aderiscono circa 645 aziende e 91 attività produttive minori. Esso coinvolge imprese operanti nei diversi settori economici, in più di trenta Paesi: 164 operano nel settore terziario, 189 sono imprese industriali e 301 operano nel campo dei servizi.

L'esperienza dell'Economia di Comunione, con le particolarità che le derivano dalla spiritualità da cui nasce, si pone a fianco delle numerose iniziative individuali e collettive che hanno cercato e cercano di «umanizzare l'economia»: dai molti imprenditori e lavoratori, spesso poco conosciuti, che concepiscono e vivono la loro attività economica come qualcosa di più e di diverso dalla pura ricerca di

un vantaggio materiale.

Infatti, come in tante altre realtà economiche permeate da motivazioni ideali, gli aderenti al progetto – imprenditori, dirigenti, lavoratori o altre figure aziendali –, si impegnano in primo luogo a porre al centro dell'attenzione, in tutti gli aspetti della loro attività, le esigenze e le aspirazioni della persona e le istanze del bene comune. In particolare essi cercano:

- di instaurare rapporti leali e rispettosi, animati da sincero spirito di servizio e di collaborazione, nei confronti di clienti, fornitori, pubblica amministrazione e anche verso i concorrenti;
- di valorizzare i dipendenti, informandoli e coinvolgendoli in varia misura nella gestione;
- di mantenere una linea di conduzione dell'impresa ispirata alla cultura della legalità;
- di riservare grande attenzione all'ambiente di lavoro e al rispetto della natura, anche affrontando investimenti ad alto costo;
- di cooperare con altre realtà aziendali e sociali presenti nel territorio, con uno sguardo anche alla comunità internazionale, con la quale si sentono solidali.

Il progetto Economia di Comunione presenta poi alcune altre caratteristiche, per noi molto significative, perché più direttamente legate alla visione del mondo che nasce dalla nostra spiritualità.

Eccone alcune:

- 1) Gli attori delle imprese dell'Economia di Comunione cercano di seguire, seppure nelle forme richieste dal contesto di una organizzazione produttiva, lo stesso stile di comportamento che vivono in tutti gli ambiti della vita. Siamo infatti convinti che occorra informare dei valori in cui si crede ogni momento della vita sociale e quindi anche economica, che così diventa anch'essa luogo di crescita umana e spirituale.
- 2) L'Economia di Comunione propone dei comportamenti ispirati a gratuità, solidarietà e attenzione agli ultimi – comportamenti che normalmente si considerano tipici delle organizzazioni senza scopo di lucro – anche a imprese a cui è connaturale la ricerca del profitto. L'Economia di Comunione, quindi, non si presenta tanto come una nuova forma di impresa, alternativa a quelle già esistenti; piuttosto essa intende trasformare dal di dentro le usuali strutture d'impresa (siano esse società per azioni, cooperative, o altro), impostando tutti i rapporti intra ed extra aziendali alla luce di uno stile di vita di comunione; il tutto nel pieno rispetto degli autentici valori dell'impresa e del mercato (quelli evidenziati dalla dottrina sociale della Chiesa, e in particolare da Giovanni Paolo II nella *Centesimus annus*).
- 3) Coloro che si trovano in difficoltà economica, i destinatari di una parte degli utili, non sono visti semplicemente come «assistiti» o «beneficiari» dell'impresa. Essi sono invece membri essenziali del progetto, all'interno del quale essi fanno dono agli altri delle loro necessità. Vivono anch'essi la cultura del dare. Infatti molti di essi rinunciano all'aiuto che ricevono non appena recuperano un minimo di indipendenza economica, e non di rado condividono con altri il poco che hanno. Tutto ciò è espressione del fatto che nell'Economia di Comunione, che pur sottolinea la cultura del dare, l'enfasi non è posta sulla filantropia da parte di alcuni, ma piuttosto sulla condivisione, dove ciascuno dà e riceve, con pari dignità, nell'ambito di una relazione di sostanziale reciprocità.
- 4) Le imprese di Economia di Comunione, oltre a poggiare su una profonda intesa tra i promotori di ciascuna di esse, si sentono parte di una realtà più vasta. Si mettono in comune gli utili, perché si vive già un'esperienza di comunione. Per questo motivo le imprese – come ho già accennato – si sviluppano all'interno di piccoli (almeno per ora) «poli industriali» in prossimità delle cittadelle del Movimento, o, se

geograficamente distanti, si “collegano” idealmente ad esse.

Molti si chiedono come possano sopravvivere nel mercato delle imprese così attente alle esigenze di tutti i soggetti con cui trattano e al bene dell'intera società.

Certamente lo spirito che le anima le aiuta a superare tanti di quei contrasti interni che ostacolano e in certi casi paralizzano tutte le organizzazioni umane. Inoltre il loro modo di operare attira la fiducia e la benevolenza di clienti, fornitori o finanziatori.

Non bisogna tuttavia dimenticare un altro elemento essenziale, la Provvidenza, che ha accompagnato costantemente lo sviluppo dell'Economia di Comunione in questi anni. Nelle imprese di Economia di Comunione si lascia spazio all'intervento di Dio, anche nel concreto operare economico. E si sperimenta che dopo ogni scelta controcorrente che l'usuale prassi degli affari sconsiglierebbe, egli non fa mancare quel centuplo che Gesù ha promesso: un introito inatteso, un'opportunità insperata, l'offerta di una nuova collaborazione, l'idea di un nuovo prodotto di successo...

Questa è in breve l'Economia di Comunione.

Nel proporla non avevo certo in mente una teoria. Vedo tuttavia che essa ha attirato l'attenzione di economisti, sociologi, filosofi e studiosi di altre discipline, che trovano in questa nuova esperienza e nelle idee e categorie ad essa sottostanti, dei motivi di interesse che vanno al di là del Movimento, in cui storicamente si è sviluppata.

In particolare, nella visione «trinitaria» dei rapporti interpersonali e sociali, che sta alla base dell'Economia di Comunione, alcuni intravedono una nuova chiave di lettura che potrebbe arricchire anche la comprensione delle interazioni economiche, e quindi contribuire ad andare oltre l'impostazione individualistica che prevale oggi nella scienza economica¹.

Chiara Lubich

(*NuUm*, 21 [1999/1], 121, pp. 7-18)

¹ Cf. *Economia di Comunione*, numero monografico, *NuUm*, 14 (1992/3-4), 80-81 e *NuUm*, 21 (1996) 6, p. 126; L. Bruni, *Economia di comunione. Per una cultura economica a più dimensioni*, Roma 1999; L. Bruni - V. Moramarco (edd.), *Verso un agire economico «a misura di persona»*. *L'esperienza dell'Economia di Comunione*, Milano 2000 [N.d.C.].