

UNIVERSITA' BICOCCA DI MILANO

Facoltà di Economia

Corso di Laurea: Discipline Economiche e Sociali

Indirizzo: Economia del Non Profit

**PERCHE'  
L'ECONOMIA DI COMUNIONE  
PUO' RAPPRESENTARE UN'ALTERNATIVA  
ALLA TEORIA ECONOMICA ATTUALE**

Relatore Professor Luigino Bruni

Tesi di Laurea di

**LOCHIS CRISTINA**

Matricola 048396

Anno Accademico 2004-2005

## INDICE

- Introduzione
- Parte Prima: l'Economia di Comunione nella libertà
  - *Il Movimento dei Focolari*
  - *Il progetto di Economia di Comunione*
  - *L'idea di Economia di Comunione*
  - *Le caratteristiche delle imprese di Economia di Comunione:*
    - \_ le tre principali dimensioni
      1. la cultura del dare
      2. l'impresa e l'imprenditore
      3. gli indigenti
    - \_ principi regolativi
    - \_ sfide
- Parte Seconda: teoria economica e Economia di Comunione
  - *Paradigma della teoria economica classica e Paradigma proposto dall'Economia di Comunione*
  - *Dicotomia produzione/distribuzione*
  - *Sviluppo sostenibile ed Economia di Comunione*
  - *Beni relazionali e Orizzonti di senso*
  - *Homo oeconomicus e Homo donator*
- Appendice
  - *A: Linee Guida*
  - *B: Dati sulle imprese aderenti al progetto*
- Bibliografia

## **INTRODUZIONE**

Il ruolo che viene attribuito alle imprese nella società è profondamente cambiato nel corso degli ultimi decenni. Le profonde ingiustizie sociali presenti nel mondo, il degrado ambientale dovuto all'inquinamento, il clima di sfiducia verso le imprese da parte dei consumatori, i rapporti conflittuali tra lavoratori subordinati e dirigenti presente nelle imprese sono alcuni dei problemi che hanno portato a considerare il ruolo che le imprese svolgono a livello sociale: l'impresa non ha responsabilità solo economica nei confronti degli azionisti, ma anche una responsabilità politica, sociale e ambientale.

La lettura di un articolo proposto dal prof Bruni, nell'ambito del Corso Economia ed Etica, mi ha portata alla conoscenza del progetto di Economia di Comunione. Questo progetto propone un nuovo modo di vivere l'economia, un nuovo modo di agire economico, che nasce come reazione a questa situazione: propone alle aziende di produrre un risultato economico nel rispetto della persona umana, nell'ambiente naturale e sociale in cui vive. Infatti una delle caratteristiche peculiari del progetto è che vuole apportare delle novità agendo dall'interno: la proposta è principalmente indirizzata alle "normali aziende profit" che conosciamo e che si muovono all'interno del mercato. Il nome dato al progetto, proposto dall'ideatrice Chiara Lubich, è "Economia di Comunione nella libertà". Questo nome ben sintetizza la proposta, il cui obiettivo è mettere in luce che ciascuna impresa singolarmente e il mercato nel suo complesso sono luoghi di creazione della ricchezza, ma sono anche luoghi di benessere e di incontro

autentico tra le persone (che sono rappresentati dagli *stakeolders*, cioè i ‘portatori di interesse’).

L’obiettivo di questo elaborato è dimostrare che il progetto di Economia di Comunione può rappresentare un’alternativa valida per superare i problemi che l’economia, sia a livello pratico che a livello teorico, sta affrontando in questi ultimi anni.

Nella prima parte analizzo il progetto e tutte le sue peculiarità.

Nella seconda parte ho cercato di analizzare i problemi che la teoria economia sta affrontando e di sottolineare alcuni aspetti peculiari del progetto che lo rendono particolarmente adatto a rappresentare un modello per superare queste problematiche.

## **PARTE PRIMA**

### ***IL MOVIMENTO***

L'Economia di Comunione è un progetto che nasce all'interno del Movimento dei Focolari.

Il Movimento dei Focolari nasce nel 1943, fondato da Chiara Lubich ed alcune compagne.

“La *magna charta* del nuovo Movimento è l'unità di tutto. Per vivere questa spiritualità, nella prima comunità di 500 persone, formatasi a Trento nei primi mesi del 1944, abbiamo messo in comune, liberamente, i beni spirituali e i pochi beni materiale, ma anche le necessità.” Così Chiara Lubich racconta la nascita del Movimento.<sup>1</sup>

In più di 50 anni, il Movimento si è sparso in quasi 200 nazioni. L'esperienza che vi si sperimenta è la continua ricerca dell'unità e moltissime persone, di altre culture e religioni si sono legate al Movimento, in quanto condividono l'obiettivo fondamentale: la salvaguardia di valori universali.

Il Movimento si occupa di tutti i campi della vita (economia, lavoro, politica, giustizia, sanità scuola, comunicazioni sociali, arte..) in quanto la spiritualità comunitaria è uno strumento potente per trasformare il sociale.

---

<sup>1</sup> Lubich Chiara, *L'economia di Comunione Storia e profezia*, 2001

## ***IL PROGETTO***

L'Economia di Comunione nella libertà è un progetto a più dimensioni – aziendale, culturale, teorica e spirituale- tutte coesenziali, che nasce all'interno del Movimento. L'esperienze dell'Economia di Comunione si inserisce in un contesto caratterizzato da numerose iniziative individuali e collettive che hanno cercato di “umanizzare l'economia”. Queste esperienze rappresentano una possibile nuova chiave di lettura della realtà, che, secondo numerosi economisti, potrebbero arricchire la comprensione delle interazioni economiche e quindi contribuire a superare le difficoltà che la teoria economica sta affrontando.

Il progetto di Economia di Comunione rappresenta l'aspetto economico-sociale del Movimento dei Focolari. Questa esperienza è l'espressione della spiritualità dell'unità e della comunione nella vita economica e può essere compresa solo se inserita all'interno della visione che il Movimento ha dell'uomo e dei rapporti sociali. “Le imprese di Economia di Comunione si impegnano, in tutti gli aspetti della loro attività, a porre al centro dell'attenzione le esigenze e le aspirazioni dell'uomo e le istanze dell'uomo comune. Si propongono di fare dell'attività economica un'attività di “comunione”: comunione tra chi ha beni ed opportunità economiche e chi non ne ha; comunione tra tutti i soggetti coinvolti in modi diversi nell'attività stessa.”<sup>2</sup>

La comunione, all'interno del progetto, diventa paradigma per la comprensione e l'interpretazione della realtà sociale. Quindi con l'Economia di Comunione, la

---

<sup>2</sup> Lubich Chiara, opera citata, p.33

comunione si eleva a categoria economica, aprendo la visuale della teoria economica.

L'obiettivo di questo progetto è di notevole importanza ed attualità: trovare uno stile di agire economico che sappia coniugare i valori di solidarietà con quelli della libertà e dell'efficienza, e contribuire a un'economia che sia davvero 'a misura di persona'.

## ***NASCITA DELL'IDEA***

Nel 1991, da un viaggio in Brasile di Chiara Lubich, nasce l'idea dell'Economia di Comunione, espressione della spiritualità dell'unità nella vita economica. Il Movimento era presente in quella nazione dal 1958, ma da qualche anno, nonostante la comunione dei beni, non si riusciva a soddisfare neanche i bisogni più urgenti dei membri. Il contrasto sociale, caratteristico di quella nazione e di molte altre nazioni al mondo, tra pochissimi ricchissimi e milioni di poveri è stata la leva che ha scatenato l'idea. Per raggiungere l'obiettivo di vivere come le prime comunità cristiane, eliminando le necessità degli indigenti all'interno della comunità, non essendo sufficiente la comunione dei beni, Chiara Lubich ha prospettato una 'comunione produttiva' di risorse economiche ed intellettuali, in modo che nascessero aziende in grado di creare le risorse mancanti.

“Pur non essendo esperta in problemi economici, ho pensato che si potevano far nascere tra i nostri membri delle aziende, in modo da impegnare le capacità e le risorse di tutti per produrre insieme ricchezza a favore di chi si trova nella necessità. La loro gestione doveva essere affidata a persone competenti, in grado di farle funzionare efficacemente e ricavarne degli utili. Questi dovevano essere liberamente messi in comune. E cioè dovevano essere usati:

- una parte per aiutare i poveri e dar loro da vivere, finché non avessero un posto di lavoro;

- un'altra parte per sviluppare strutture di formazione per uomini nuovi, cioè persone formate ed animate dell'amore, atte a quella che chiamiamo la "cultura del dare";
- parte sarebbero serviti per incrementare l'azienda;"<sup>3</sup>

Per quanto riguarda il finanziamento è stata proposta una forma particolare: l'azionariato diffuso. Queste aziende, di vario tipo, dovrebbero essere sostenute da persone di tutto il Brasile, dando vita a delle società dove ognuno abbia una propria partecipazione: magari piccole partecipazioni ma diffuse. In questo modo i destinatari degli utili diventano anche proprietari dell'azienda. La novità principale del progetto è la proposta di un nuovo modo di gestire le aziende che le porta a farsi carico dei meno abbienti nell'ambito produttivo, come risposta alla realtà dei forti contrasti sociali presenti in Brasile. Questa proposta, che si concretizza nella divisione in tre parti dell'utile prodotto, viene subito accolta da imprenditori brasiliani e non solo: presto si diffonde in tutto il mondo e diventa un valido progetto all'interno del Movimento.

---

<sup>3</sup> Lubich Chiara, opera citata

## ***CARATTERISTICHE DELLE IMPRESE DI ECONOMIA DI COMUNIONE***

*Le tre principali dimensioni del progetto:*

### *1. LA CULTURA DEL DARE*

Uno degli aspetti che è interessante approfondire riguarda il profilo antropologico e culturale che questo nuovo stile di agire economico introduce: la “cultura del dare”. L’economia di Comunione si sviluppa all’interno del Movimento dei Focolari, e con esso ne condivide i valori fondamentali, quali la spiritualità dell’unità e la comunione. Ogni concezione dell’agire economico, infatti, è frutto di una cultura particolare e di una precisa visione del mondo.

Per questo è importante la destinazione di un terzo dell’utile alla promozione della “cultura del dare”, che offre la possibilità di formare “uomini nuovi”, i quali potranno proporre una “società nuova”. “Ad ogni persona è connaturale una cultura protesa più al dare che all’avere. L’amore, la benevolenza vissuta da più persone, diventa reciproca e fiorisce la solidarietà. Questa solidarietà, messa alla base di ogni azione umana, anche economica, caratterizza lo stile di vita che quattro milioni e mezzo di persone cercano di praticare quotidianamente nel Movimento dei Focolari.”<sup>4</sup>

Chiara Lubich commenta “A differenza dell’economia consumista, basata sulla cultura dell’avere, l’Economia di Comunione è l’economia del dare. Ciò può sembrare difficile, arduo, eroico, ma non è così perché l’uomo fatto immagine di Dio, che è Amore, trova la propria realizzazione proprio nell’amare, nel dare.

---

<sup>4</sup> Lubich Chiara, opera citata, p.30

Questa esigenza è nel più profondo del suo essere, credente o non credente che egli sia. E proprio in questa constatazione, suffragata dalla nostra esperienza, sta la speranza di una diffusione universale dell'Economia di Comunione”<sup>5</sup>

Della cultura del dare più di tutti se ne è interessata la sociologa Vera Araujo che a tal proposito scrive:

“Non si tratta di essere generosi, di fare beneficenza o filantropia o tantomeno di abbracciare la causa dell’assistenzialismo. Si tratta piuttosto di conoscere e vivere la dimensione del dono e del donarsi come essenziale all’esistenza della persona[...]. La cultura del dare ingloba una sua concezione della persona vista sia nella sua essenza - l’uomo nel suo relazionarsi come centro e fine di ogni attività e realtà- sia in tutta una serie di atteggiamenti e comportamenti che qualificano le relazioni umane e le indirizzano verso la comunione, sinonimo qui di unità. Cosicché tutto è dono e continuo donarsi. La vera identità delle creatura umana si esprime nell’esser dono in tutte le espressioni del suo vivere... Questa vera arte del dare sprigiona tutta una gamma di valori che qualificano l’atto del dare: gratuità, gioia, larghezza, disinteresse; e lo sottraggono dai rischi e pericoli di essere frainteso o strumentalizzato. Dalla reciprocità di queste relazioni nasce la comunione, l’unità”.<sup>6</sup>

La ‘cultura del dare’, riconoscendo la dimensione del dono e del donarsi come essenziale dell’esistenza della persona. La cultura del dare ingloba

---

<sup>5</sup> Lubich Chiara, opera citata, p.51

<sup>6</sup> V. Araujo, *Quale persona e quale società per l’Economia di Comunione?*, in L. Bruni, (a cura di) *L’Economia di Comunione per una cultura economica a più dimensioni*, Roma, 1999.

- una visione d'insieme: l'uomo nel suo relazionarsi, come centro e fine di ogni attività
- una serie di atteggiamenti e comportamenti che qualificano le relazioni umane e le indirizzano verso la comunione.

La cultura del dare è legata ad una serie di valori che qualificano l'atto stesso: gratuità, gioia, larghezza, disinteresse, e lo sottraggono ai pericoli della strumentalizzazione.<sup>7</sup>

Con una cultura economica di comunione è possibile:

- riorientare il futuro dell'umanità (oggi compromesso dagli sviluppi incerti della globalizzazione)
- impegnarsi per la conversione industriale verso tecnologie compatibili con lo sviluppo sostenibile, per la costruzione di abitazioni ed infrastrutture adeguate, per la lotta alla desertificazione, per la lotta all'analfabetismo.

## 2. LE IMPRESE e GLI IMPRENDITORI

Le imprese aderenti al progetto Economia di Comunione appartengono al gruppo delle imprese definite a *Movente Ideale*, in cui l'ideale indirizza decisioni ed atteggiamenti del vertice aziendale. Queste aziende tendono a coniugare esigenze di competitività e redditività con una profonda attenzione ai propri lavoratori ed allo sviluppo dell'intera società. Tra le due dimensioni si sviluppa un effetto sinergico, di reciproca alimentazione: da un lato il rispetto della natura e delle

---

<sup>7</sup> Araùjo Vera, *Quale uomo e quale società per l'Economia di Comunione*, in Moramarco-Bruni, *L'economia di Comunione – Verso un agire economico 'a misura di persona'*

esigenze della persona realizza le potenzialità dei collaboratori ad ogni livello; dall'altro i traguardi raggiunti in termini di redditività e affermazione sul mercato sostengono ed alimentano l'attenzione al fattore umano. Il successo aziendale mette a disposizione ulteriori risorse per raggiungere i propri obiettivi e costituisce una verifica dell'efficacia del progetto di impresa in atto; l'ideale a cui ci si dedica si dimostra, cioè, capace di incidere nella società creando sviluppo, occupazione, qualità della vita, spazi di rapporti umani positivi. E la consapevolezza di collaborare a questo è fonte di profonda soddisfazione. Questa esperienza si inserisce nel dibattito intorno alla compatibilità tra logica di massimizzazione dell'interesse privato e tensione etica.

Obiettivo principale per le imprese diventa il vivere la comunione in un ambiente di mercato, cioè l'imprenditore deve essere capace di stare sul mercato e di costruire una comunità di persone che producano beni e servizi per il mercato: deve fare profitti, per sopravvivere e per metterli in comunione con gli indigenti, e ancor più deve creare valore sociale.<sup>8</sup>

In particolare l'esperienza dell'Economia di Comunione consiste nel tentativo di dar vita ad imprese i cui soggetti economici non hanno come obiettivo prioritario quello di ottenere una remunerazione soddisfacente delle risorse finanziarie conferite, ma quello di rispondere ai bisogni umani di chi, a vario titolo, vi partecipa (e quindi anche di se stessi) e dei vari interlocutori esterni. Tale tentativo si connota per una duplice tensione:

---

<sup>8</sup> Ferrucci Alberto, Panel 2 del Convegno Internazionale "Nuovi orizzonti dell'Economia di Comunione" (10-12 settembre 2004)

- individuare e sfruttare tutti gli spazi esistenti, all'interno dell'ambiente economico e sociale così come esso si presenta, per soddisfare il duplice obiettivo;
- incidere sul contesto generale per creare regole di funzionamento del sistema che allarghino le possibilità di perseguire congiuntamente competitività/redditività e socialità.

Ci si potrebbe chiedere come possono sopravvivere nel mercato, in concorrenza con le “normali aziende for profit”, aziende così attente alle esigenze di tutti i soggetti con cui trattano e al bene di tutta la società. Proprio nei principi che animano queste imprese possiamo individuare il loro punto di forza: lo spirito che le anima le aiuta a superare i contrasti interni e il loro modo di operare attira la fiducia, la stima dei clienti, dei fornitori e dei finanziatori. Infatti una caratteristica di queste imprese riguarda il fatto che si forma un ‘capitale di rapporti’ che serve per superare i momenti difficili. Questo capitale si sviluppa in un ambiente di fiducia, in cui nel rispetto dei propri doveri tutti sono liberi di donare. Questo innescherà uno sviluppo economico basato sulla reciprocità, sul dono senza attesa di ritorno e sulla gioia del ritorno inatteso.<sup>9</sup>

Le aziende di Economia di Comunione sono nella quasi totalità di piccole dimensioni; questo è dovuto a de circostanze: innanzitutto i soggetti aderenti erano imprenditori di aziende familiari o gruppi alla guida di cooperative; in

---

<sup>9</sup> Ferrucci Alberto, *Per una diversa dimensione dell'economia: l'esperienza di "Economia di Comunione"*, in Bruni *Economia di Comunione, Per una cultura economica a più dimensioni* 1999

secondo luogo ad essi si sono aggiunte nuove imprese costituite sull'onda del progetto.

Il progetto di Economia di Comunione è una proposta che tende a mettere al primo posto la persona umana anche nell'attività economica.

Questo progetto coinvolge in prima persona l'imprenditore, dato che l'impresa è costituita e plasmata sulla sua figura.

Come ci ricorda Ferrucci, "viene da chiedersi se questi imprenditori, che decidono di aderire al progetto, sono persone diverse dagli operatori economici che conosciamo, o se invece si è in errore quando si considera l'imprenditore secondo lo stereotipo dell'egoista razionale, orientato a puntare al profitto". Ci viene in aiuto Luigi Einaudi, economista di impostazione liberale e nostro Presidente della Repubblica: "Milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli. È la vocazione naturale che li spinge, non soltanto la sete del denaro. Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, abbellire le sedi... costituiscono una molla di progresso altrettanto potente che il guadagno. Se così non fosse, non si spiegherebbe come ci siano imprenditori che nella propria azienda prodigano tutte le loro energie e investono tutti i loro capitali per ritrarre spesso utili di gran lunga più modesti di quelli che potrebbero ottenere con altri impieghi." Questa affermazione può farci intuire che, oltre alla dimensione economica, ci sono numerose dimensioni che muovono gli imprenditori.

In realtà nell'Economia di Comunione, l'imprenditore non è più solo: nella sua attività, a favore dei poveri e della formazione culturale, applica il principio di sussidiarietà, svolgendo una funzione di interesse generale. L'azienda diventa un bene sociale. L'imprenditore, credendo che la reciproca stima e l'apertura agli interlocutori e alla comunità siano un vero elemento di innovazione nella gestione aziendale, è spinto a favorire un'atmosfera di condivisione, di empatia. Le conseguenze sono positive: pace nel posto di lavoro e atteggiamenti spesso inaspettati da parte degli interlocutori esterni all'azienda (clienti, fornitori, PA,..) che si rivelano elementi fondamentali per la crescita aziendale.

Inoltre operare per qualcosa di positivo, per una nuova cultura che rappresenta un modo diverso di fare economia nell'ambito del mercato, è una potente motivazione che coinvolge imprenditori, lavoratori, coloro che hanno bisogno di essere aiutati.

### 3. *GLI INDIGENTI*

Il progetto di Economia di Comunione propone una nuova visuale della ricchezza e della povertà.

Questo progetto è nato come misura per lottare contro concrete situazioni di povertà, "proponendo una "povertà-scelta", secondo il significato evangelico della povertà. Una povertà-scelta che è la pre-condizione stessa per poter comprendere

la logica della comunione..”<sup>10</sup> Quindi il progetto vuole eliminare l’indigenza, cioè la povertà non scelta e subita, per proporre una povertà liberamente scelta.

### *Principi Regolativi*

La novità più evidente del progetto è di natura economica e riguarda la destinazione degli utili. Ci sono però altri elementi che caratterizzano il progetto.

Le imprese di Economia di Comunione, in particolare, cercano:

- di instaurare rapporti leali e rispettosi, animati da sincero spirito di servizio e collaborazione, nei confronti di interlocutori esterni (consumatori, fornitori, concorrenti, comunità locale ed internazionale, PA...);
- di valorizzare al massimo 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 ed al rispetto della natura, di promuovere la collaborazione con realtà aziendali e sociali presenti nel territorio.<sup>11</sup>

Il progetto di Economia di Comunione presenta poi altre caratteristiche, direttamente legate alla visione del mondo che nasce dalla spiritualità del Movimento:

---

<sup>10</sup> Bruni Luigino, Panel 1 del Convegno Internazionale “Nuovi orizzonti dell’Economia di Comunione” (10-12 settembre 2004)

<sup>11</sup> Si veda Appendice A

1. nelle imprese si cerca di seguire lo stesso stile di comportamento che i membri del Movimento si impegnano ad avere in tutti gli ambiti della vita; i motivi dell'orientamento sovra-aziendale sono almeno due: una ragione culturale (la motivazione ideale pervade tutta la vita del soggetto) e una ragione più direttamente funzionale allo sviluppo dell'organizzazione (spinta ad una modifica sociale, per agevolare i fini aziendali)
2. le imprese , pur essendo mosse da moventi ideali, operano dentro il mercato e vivono una sana cultura d'impresa; producono beni e servizi in modo efficiente, economico, con responsabilità, rispettando le regole della concorrenza. Per questo la proposta dell'Economia di Comunione è rivolta prima di tutto a imprese commerciali;
3. attenzione sia alla produzione che alla distribuzione: nelle esperienze di Economia di Comunione si osservano delle novità in termini di modalità di funzionamento delle imprese, mostrando interesse non solo per la sfera produttiva, ma anche per quella distributiva.
4. libertà di partecipazione, che si manifesta in un duplice senso:
  - autodeterminazione, cioè l'imprenditore decide di aderire al progetto autonomamente, nella misura suggerita dalle circostanze aziendali e dalla propria situazione aziendale e familiare;
  - autorealizzazione, infatti la partecipazione al progetto è percepita come soddisfazione profonda delle proprie esigenze.

5. le imprese di Economia di Comunione sono parte di una realtà vasta e si sviluppano all'interno di piccoli "poli industriali" in prossimità delle cittadelle del Movimento;
6. c'è una particolare visione della proprietà privata: all'interno del progetto di Economia di Comunione, la proprietà privata assolve il suo scopo naturale, cioè ritorna ad essere concepita come un mezzo, uno strumento per risolvere i conflitti che altrimenti insorgerebbero nella spartizione delle risorse... la proprietà non è un bene in sé, ma un mezzo che favorisce l'espressione della 'natura dell'uomo e la pacifica convivenza sociale'"<sup>12</sup>
7. un elemento identificativo di questa esperienza è lo spazio che si lascia all'intervento di Dio: la Provvidenza ha accompagnato costantemente lo sviluppo dell'Economia di Comunione negli anni.

### *Sfide*

Possiamo osservare che le imprese di Economia di Comunione si trovano di fronte ad una triplice sfida:

-finanziaria, in quanto la crescita impone l'immissione di risorse finanziarie eccedenti rispetto a quelle messe a disposizione dall'autofinanziamento. Una risposta può essere offerta dalle società finanziarie che sono nate all'interno del progetto, anche se allo stato attuale sembrano avere potenzialità limitate. L'altra possibile risposta è fornita dai finanziatori esterni a Economia di Comunione

---

<sup>12</sup> Pelligra Vittorio, *Conflitti, proprietà privata e teoria dei giochi*, in Bruni-Pelligra *Economia come impegno civile* 2002

-culturale, legata alla diffusione della “cultura del dare”

-strategica, in quanto le imprese del progetto vengono a contatto, e spesso devo stringere alleanze, con imprese che non condividono gli stessi ideali; questa convivenza potrebbe implicare tensioni e scontri.

Come sottolinea Sellmann le sfide sopra descritte prospettano un lavoro impegnativo per gli operatori dell’Economia di Comunione, che si dovrà sviluppare su un duplice livello:

1. ritornare criticamente sui criteri guida inizialmente stabiliti
2. ricercare l’assetto istituzionale, organizzativo e strategico più idoneo a questa esperienza.

## PARTE SECONDA

### *DALL'HOMO OECONOMICUS ALL' HOMO DONATOR*

Negli ultimi anni stanno diventando sempre più evidenti i limiti esplicativi del modello antropologico dell'*homo oeconomicus*.

La globalizzazione, economica e finanziaria, sta mettendo in crisi le dimensioni economiche fondamentali, soprattutto il lavoro ed il consumo. Inoltre, anche la teoria economica, come metodologia d'indagine, sta attraversando una fase 'pre-rivoluzionaria': le conoscenze di oggi non sono più in grado di rispondere a gran parte degli interrogativi che la disciplina stessa pone. La distanza venutasi a creare tra economica ed etica e la separazione tra questioni normative e positive hanno determinato un sostanziale impoverimento dell'indagine economica moderna e in questo modo l'economia non risponde più ad una delle prerogative della scienza, cioè quella di contribuire allo sviluppo ed al benessere del genere umano. (Sen 1987)<sup>13</sup>

Questo è dovuto anche al fatto di aver escluso il riferimento a valori etici che di per sé condizionano le decisioni delle persone reali.

In effetti il paradigma base della scienza economica moderna, fondato sulla 'razionalità strumentale', sembra essere messo in discussione dal confronto con i risultati sperimentale e dalla difficoltà di spiegare i fenomeni economici attuali.

.Questo approccio, che è definito "Individualismo Metodologico" si afferma sul finire del XIX secolo quando, con l'introduzione dell'analisi matematica e

---

<sup>13</sup> Crivelli Luca, *Quando L'homoeconomicus diventa reciprocans*, in Bruni-Pelligra *Economia come impegno civile* 2002

statistica, l'economia si concentra sulle azioni dell'*homo oeconomicus*, che tende a massimizzare il proprio tornaconto individuale. Si sviluppa il modello della Robinson Crusoe Economy, nel quale il problema economico si riduce ad un problema di ottimizzazione delle scarse risorse. In quel periodo il valore dell'individuo degenera nell'individualismo.<sup>14</sup>

Nei classici (da Smith alla scuola napoletana) avevamo un approccio molto più sociale all'azione economica: il problema economico iniziava quando si era almeno in due.

Come ci ricorda Bruni la teoria economica attuale si sviluppa intorno all'idea dell'agire razionale, basato su due pilastri fondamentali: la strumentalità e individualismo.

- 1) L'idea di razionalità economica esprime l'idea di agire ottimo: un comportamento sarà posto in essere non in base al suo contenuto intrinseco, ma per la capacità che ha di ottenere quei risultati. È il rapporto fini-mezzi, non il contenuto dei fini e dei mezzi in sé, che determina la razionalità di un'azione.
- 2) L'individualismo si traduce con la massimizzazione di funzioni obiettivo, date le preferenze dei soggetti, nelle quali il rapporto con l'*altro* è solo strumentale.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Bruni, *Verso una razionalità economica "capace di comunione"*, in Bruni-Pelligra *Economia come impegno civile* 2002

<sup>15</sup> Bruni, *Verso una razionalità economica "capace di comunione"*, in Bruni-Pelligra *Economia come impegno civile* 2002

Sen enuncia due buone ragioni per considerare legittima una rifondazione del paradigma di comportamento adottato nelle scienze economiche.

1. è possibile incrementare la comprensione di come le persone agiscono nella realtà.

Nelle scienze sociali, teoria e pratica sono contraddistinte da un rapporto di condizionamento reciproco. L'uomo tende a specchiarsi nelle teorie che lo descrivono; per questo le teorie che hanno come oggetto l'essere umano esercitano a loro volta un'influenza sull'oggetto indagato e finiscono per condizionare il comportamento.

Sen, inoltre, sottolinea che nonostante gli effetti benefici della mano invisibile siano innegabili quando lo scambio economico avviene in regime di concorrenza perfetta, non è possibile ricondurre la complessità delle relazioni economiche al solo momento dello scambio.

2. una migliore comprensione di come i sentimenti morali influenzano le scelte può assicurare un migliore funzionamento del sistema economico ed aiutare a trovare la via di uscita da situazioni decisionali subottimali.

È necessario superare i confini ristretti delineati dall'individualismo metodologico in quanto il perseguimento della razionalità individuale conduce ad equilibri subottimali da punto di vista del benessere collettivo. È necessario, quindi, ridefinire il metodo d'indagine ed il quadro concettuale, affinché venga reinserita la categoria della reciprocità.

Infatti questa scienza economica non fornisce spazi per poter comprendere il progetto di Economia di Comunione e il movimento di “economia civile”.

La proposta antropologica che emerge da questi progetti è la persona, diversa dall’antropologia dell’individualismo.

## ***DICOTOMIA PRODUZIONE/DISTRIBUZIONE***

Una delle principali sfide delle organizzazioni a movente ideale è mostrare come nel mondo della produzione e del mercato è possibile operare per la realizzazione della persona umana.

La teoria economica attuale identifica il mercato come luogo idealtipico in cui chi vi opera è motivato all'azione dal solo interesse proprio, non importa se altruistico o egoistico. Questo ha insinuato il convincimento in base al quale l'unico giudizio di valore che il mercato è in grado di sopportare è quello dell'efficienza e, per simmetria, si è imposta una concezione dello stato come luogo idealtipico degli interessi collettivi. L'esperienza di Economia di Comunione contraddice questo modello dicotomico di ordine sociale, perché mostra che è possibile servirsi del mercato non solo per produrre in modo efficiente ricchezza ma anche per redistribuirla secondo un canone di equità.

Come ci ricorda Zamagni secondo l'ideologia fondante il progetto di Economia di Comunione, il mercato, sotto una condizione precisa, può diventare strumento per rafforzare il vincolo sociale, favorendo sia la promozione di pratiche di distribuzione della ricchezza che si servono dei suoi meccanismi, sia la creazione di uno spazio economico in cui sia possibile rigenerare quei valori dalla cui esistenza il mercato stesso dipende. La condizione necessaria è che possa affermarsi entro il mercato, fino a raggiungere il livello della massa critica, in 'gruppo' di soggetti economici che attuano nell'attività economica che svolgono un legame sociale. Poiché la partecipazione a tale attività non può essere separata

dal legame sociale che l'ha motivata, essa rientra nel principio di reciprocità. L'aspetto essenziale della reciprocità, così come viene realizzata dall'Economia di Comunione, è che i trasferimenti sono indissociabili dai rapporti umani, cioè gli oggetti degli scambi non sono staccati da coloro che li pongono in essere e quindi lo scambio che si realizza nel mercato non è più anonimo ed impersonale.

La teoria economica dominante non ha mai considerato che potesse esistere e funzionare un simile spazio economico. Questa convinzione è legata ad una duplice aporia a livello dei fondamenti stessi della teoria economica.

Il primo errore riguarda il fatto che la teoria economica ritiene rilevante solo il bene prodotto, le qualità del bene. In realtà non è affatto irrilevante per il consumatore conoscere la provenienza dei beni e servizi che consuma (a questo proposito si può valutare l'espansione del movimento dei consumatori).

Il secondo errore è quello di credere che sostrato normativo (cioè le norme giuridiche), cultura e competizione vadano considerati come strumenti alternativi per risolvere i problemi dell'ordine sociale e del coordinamento delle scelte economiche. Si tratta, al contrario, di strumenti complementari, che comportano una coevoluzione tra i comportamenti economici effettivi e i mutamenti delle regole del gioco economico.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Zamagni Stefano, *Sul fondamento e sul significato dell'esperienza dei EdC*, in Bruni *Economia di Comunione - Per una cultura economica a più dimensioni* 1999

## ***SVILUPPO SOSTENIBILE ED ECONOMIA DI COMUNIONE***

Negli anni '90 è venuto in evidenza il tema dello sviluppo nell'ambito della crescita dell'economia mondiale e della globalizzazione. Da numerosi vertici è emersa una convinzione generale: "lo sviluppo è al centro della vita economica, è il fine dell'agire economico, è l'obiettivo dell'attività economica."<sup>17</sup>

Parallelamente, all'interno della teoria economica, è stata messa a punto una nuova impostazione del concetto di sviluppo. Autori come Amartya Sen hanno teorizzato il concetto di 'sviluppo umano', che si concentra su parametri fondamentali che riguardano le condizioni di vita: la salute, la longevità, il grado di istruzione, la partecipazione alla vita sociale.

***SVILUPPO SOSTENIBILE***: è uno sviluppo che soddisfa le necessità del presente senza compromettere l'abilità delle generazioni future di soddisfare le proprie necessità<sup>18</sup>

Le misure di politica economica delle grandi agenzie ed istituzioni economiche internazionali sono però ancora basate sui principi della teoria economica classica, cioè affermazione radicale dell'io e politica dei consumi.

Il concetto di sviluppo umano scaturisce da una nuova concezione antropologica, dalla nascita di un 'uomo nuovo'. È stato definito "Homo Donator", un uomo capace di esercitare nelle attività pubbliche e in quelle economiche il dono, l'elargizione, la condivisione. Questa nuova concezione deve però essere accompagnata dallo sviluppo di una nuova cultura. La 'cultura del dare' potrebbe

---

<sup>17</sup> Araùjo Vera, *Quale persona e quale società per l'Economia di Comunione*, in Bruni *Economia di Comunione - Per una cultura economica a più dimensioni* 1999

<sup>18</sup> WCED, *Our Common Future*, Oxford University Press, Oxford-New York 1991, p.43

rappresentare un valido strumento. Partendo da un approccio antropologico diverso, questa cultura potrebbe rappresentare il superamento del soggettivismo e la proposta di uno stile di vita comunitario.

## ***BENI RELAZIONALI ED ORIZZONTI DI SENSO<sup>19</sup>***

La teoria economica, per motivi culturali e storici, ha escluso dal suo studio due dimensioni fondamentali per la realizzazione della persona: le relazioni interpersonali e gli orizzonti di senso.

La dimensione ‘relazionale’ della vita economica è rappresentata da quanto, in un’interazione economica, le due parti apportano reciprocamente di non misurabile, non contrattabile, ma personalizzato e non meramente strumentale. Questo aspetto è fondamentale, perché la qualità delle relazioni interpersonali è una componente estremamente importante del benessere.

L’altra dimensione del benessere che la riflessione economica non prende in considerazione è la necessità della persona di vivere in un orizzonte di senso, cioè la necessità della ricerca di significati intrinseci nelle attività che si compie.

Benedetto Gui individua alcuni elementi che hanno portato all’esclusione di queste dimensioni dalla teoria economica:

- l’accento posto nel secolo scorso e agli inizi di questo sul mercato come ‘mano invisibile’ si accompagnava ad un’attenzione prevalente verso i beni materiali e a consumo privato;
- la grande domanda di intervento pubblico, che ha caratterizzato la parte centrale di questo secolo, ha corrisposto ad una forte attenzione per i beni pubblici e per gli effetti pubblici delle decisioni private.

---

<sup>19</sup> Gui Benedetto, *Organizzazioni produttive con finalità ideali e realizzazione della persona: relazioni interpersonali e orizzonti di senso*, in Bruni *Economia di Comunione - Per una cultura economica a più dimensioni* 1999

Ancora oggi l'opinione degli economisti è che queste dimensioni appartengono alla sfera non economica della vita e che all'economia attiene solo il compito di fornire ai soggetti le risorse, i mezzi per poter conseguire i propri piani di vita. Questa semplificazione, introdotta per facilitare la comprensione dei fenomeni, è fuorviante. Infatti oggi, con l'attenzione riservata alle imprese con 'movente ideale', tra cui le imprese di Economia di Comunione, si è sviluppata una crescente attenzione verso altri 'beni' e altre dimensioni della realizzazione personale.

L'allargamento di visuale richiesto a queste imprese è importante in quanto permette di far leva su risorse aggiuntive, provenienti dalla sfera ideale, morale e relazionale, che possono diventare i cruciali fattori per lo sviluppo di queste imprese.

La disattenzione nei confronti di queste dimensioni ha implicato una mancata comprensione dei loro risvolti economici quali:

- le relazioni interpersonali hanno effetti importanti sul benessere dei membri di una comunità, effetti diretti sulla qualità della vita ed effetti indiretti, passati per l'impatto che le relazioni possono esercitare sullo svolgimento di attività propriamente economiche;
- le relazioni informali sono influenzate da decisioni individuali e collettive che siamo soliti far ricadere nella competenza dell'economia, ma la scienza economica non dispone di concetti adeguati a descrivere queste influenze sulla sfera 'relazionale'.

Una delle principali sfide delle organizzazioni a movente ideale è mostrare come nel mondo della produzione e del mercato è possibile operare per la realizzazione della persona umana: da un lato l'eliminazione del movente del profitto ha l'effetto di attenuare i conflitti di interesse, dall'altro la possibilità di impegnarsi per il perseguimento di finalità di interesse generale valide in sé, fornisce una motivazione per aumentare l'impegno nell'attività che si sta svolgendo, e quindi implica aumenti di produttività.

## **APPENDICE A**

### ***Linee per condurre un'impresa di Economia di Comunione***

*L'economia di comunione intende favorire la concezione dell'agire economico quale impegno ideativo e operativo non solo utilitaristico, ma teso alla promozione integrale e solidale dell'uomo e della società. Perciò, pur mirando, nel quadro dell'economia di mercato, al giusto soddisfacimento di esigenze materiali proprie ed altrui, l'agire economico si inserisce in un quadro antropologico completo, indirizzando le proprie capacità al costante rispettare e valorizzare la dignità della persona, sia degli operatori interni delle aziende e reti di produzione e distribuzione dei beni, sia dei loro destinatari.*

*L'economia di comunione opera per stimolare il passaggio dell'economia e della società intera dalla cultura dell'avere alla cultura del dare.*

#### ***1. Imprenditori, lavoratori ed impresa***

*Gli imprenditori che aderiscono alla economia di comunione formulano strategie, obiettivi e piani aziendali, tenendo conto dei criteri tipici di una corretta gestione e coinvolgendo in questa attività i membri dell'impresa. Essi prendono decisioni di investimento con prudenza ma con particolare attenzione alla creazione di nuove attività e posti di lavoro produttivi. La persona umana, e non il capitale, sta al centro dell'impresa. I responsabili dell'azienda cercano di utilizzare al meglio i talenti di ciascun lavoratore favorendone la creatività, la assunzione di responsabilità e la partecipazione nel definire e realizzare gli obiettivi aziendali: adottano particolari misure di aiuto per quelli che attraversano momenti di bisogno.*

*L'impresa è gestita in modo da promuovere l'aumento dei profitti, destinati con pari attenzione: per la crescita dell'impresa; per persone in difficoltà economica, iniziando da chi condivide la scelta della "cultura del dare"; per la diffusione di tale cultura.*

#### ***2. Il rapporto con i clienti, i fornitori, la società civile e i soggetti esterni***

*L'impresa attua tutti i mezzi opportuni per offrire beni e servizi utili e di qualità, a prezzi equi. I membri dell'impresa lavorano con professionalità per costruire e*

*rafforzare buone e sincere relazioni con i clienti, i fornitori e la comunità, a cui sono orgogliosi di essere utili. Si rapportano in modo leale con i concorrenti presentando l'effettivo valore dei loro prodotti o servizi ed astenendosi dal mettere in luce negativa i prodotti o servizi altrui. Tutto questo permette di arricchire l'impresa di un capitale immateriale costituito da rapporti di stima e di fiducia con responsabili di aziende fornitrici o clienti, o della pubblica amministrazione, produttivo di uno sviluppo economico meno soggetto alla variabilità della situazione del mercato.*

### **3. Etica**

*Il lavoro dell'impresa è un mezzo di crescita interiore per tutti i suoi membri. L'impresa rispetta le leggi e mantiene un comportamento eticamente corretto nei confronti, delle autorità fiscali, degli organi di controllo, dei sindacati, e degli organi istituzionali. Ugualmente agisce nei confronti dei propri dipendenti, dai quali si attende pari comportamento. Nella definizione della qualità dei propri prodotti e servizi, l'impresa si sente tenuta non solo al rispetto dei propri obblighi di contratto, ma anche a valutare i riflessi oggettivi della qualità degli stessi sul benessere delle persone a cui sono dedicati.*

### **4. Qualità della vita e della produzione**

*Uno dei primi obiettivi degli imprenditori di economia di comunione è quello di trasformare l'azienda in una vera comunità. Essi si ritrovano regolarmente con i responsabili della gestione per verificare la qualità dei rapporti interpersonali e con essi si adoperano a risolvere le situazioni difficili, consapevoli che lo sforzo di risoluzione di queste difficoltà può generare effetti positivi sui membri dell'impresa, stimolando innovazione e crescita di maturità e produttività. La salute e il benessere di ogni membro dell'impresa sono oggetto di attenzione, con speciale riguardo a chi ha particolari necessità. Le condizioni di lavoro sono adeguate al tipo di attività: vengono assicurati il rispetto delle norme di sicurezza, la necessaria ventilazione, livelli tollerabili di rumore, illuminazione adeguata, e così via. Si cerca di evitare un eccessivo orario di lavoro, in modo che nessuno sia sovraccaricato, e sono previste adeguate vacanze. L'ambiente di*

*lavoro è disteso e amichevole e vi regnano rispetto, fiducia e stima reciproci. L'impresa produce beni e servizi sicuri, prestando attenzione agli effetti sull'ambiente e al risparmio di energia e risorse naturali con riferimento all'intero ciclo di vita del prodotto.*

#### **5. Armonia nell'ambiente di lavoro**

*L'impresa adotta sistemi di gestione e strutture organizzative tali da promuovere sia il lavoro di gruppo che la crescita individuale. I membri fanno sì che i locali aziendali siano più puliti, ordinati e gradevoli possibile, in modo tale che entro tale armonia ambientale datori di lavoro, lavoratori, fornitori e clienti si sentano a loro agio e possano far proprio e diffondere questo stile.*

#### **6. Formazione ed istruzione**

*L'impresa favorisce tra i suoi membri l'instaurarsi di un'atmosfera di sostegno reciproco, di rispetto e fiducia, in cui sia naturale mettere liberamente a disposizione i propri talenti, idee e competenze a vantaggio della crescita professionale dei colleghi e per il progresso dell'azienda. L'imprenditore adotterà criteri di selezione del personale e di programmazione dello sviluppo professionale per i lavoratori tali da agevolare l'instaurarsi di tale atmosfera. Per consentire a ciascuno di raggiungere obiettivi sia di interesse dell'azienda che personali, l'impresa fornirà opportunità di aggiornamento e di apprendimento continuo.*

#### **7. Comunicazione**

*L'impresa che aderisce ad economia di comunione crea un clima di comunicazione aperta e sincera che favorisce lo scambio di idee tra dirigenti e lavoratori. Essa è anche aperta a quanti, apprezzandone la valenza sociale, si offrono di contribuire al suo sviluppo ed a quanti, interessati alla cultura del dare, sono desiderosi di approfondire i vari aspetti della sua esperienza concreta. Le imprese che aderiscono ad economia di comunione, nell'intento anche di sviluppare rapporti economici reciprocamente utili e produttivi, utilizzano i più moderni mezzi di comunicazione per collegarsi tra loro sia a livello locale che*

*internazionale, rallegrandosi dei successi e facendo tesoro delle difficoltà o degli insuccessi delle altre, in uno spirito di reciproco sostegno e solidarietà.*

*Bureau Internazionale dell'Economia e del Lavoro, Movimento Umanità Nuova  
21 marzo 1997*

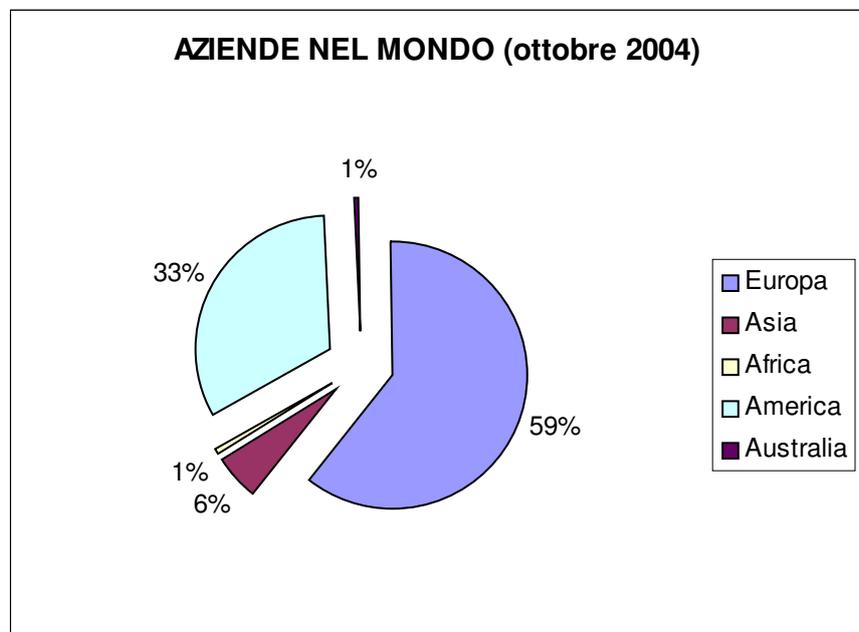
## APPENDICE B

### *Dati relativi alle Aziende aderenti al Progetto*

#### AZIENDE NEL MONDO

CONTINENTI	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Europa	132	161	208	336	430	448	477	478	469	481	486	469	455
Asia	10	19	23	23	32	37	35	36	38	40	47	42	42
Africa		1	2	6	14	11	15	11	13	9	9	9	4
America	99	144	166	184	220	244	220	221	217	224	230	269	250
Australia	1	3	3	5	7	7	7	15	15	15	6	8	5
TOTALE	242	328	402	554	703	747	754	761	752	769	778	797	756

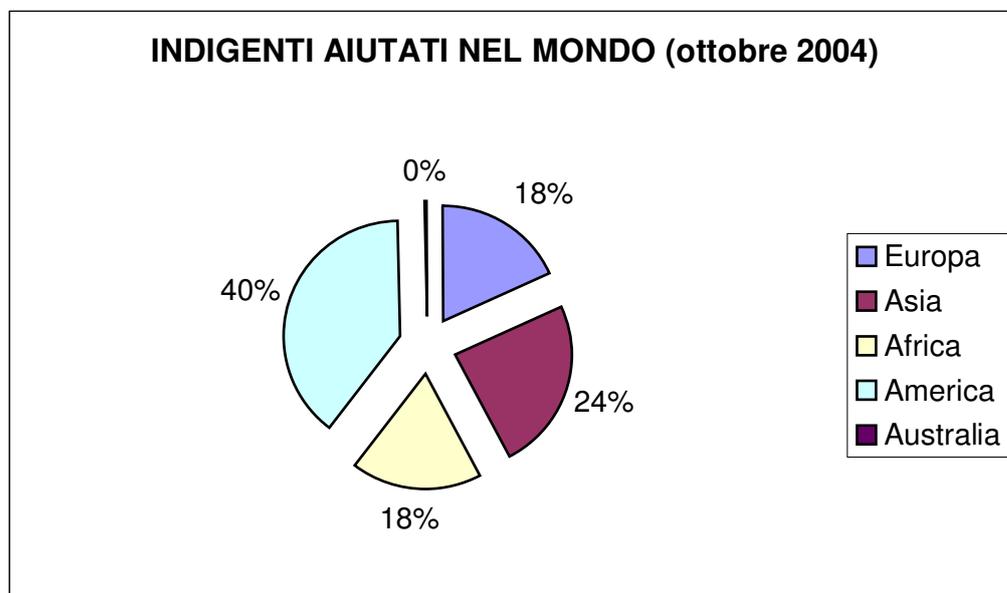
Nel 2004 sono stati affiancati i criteri per il calcolo delle aziende aderenti al progetto EdC. È questa la ragione della lieve variazione del numero nel 2004. nell'ultimo anno hanno espresso la disponibilità a far parte dell'EdC 27 nuove imprese.





## INDIGENTI AIUTATI DALL'ECONOMIA DI COMUNIONE

CONTINENTI	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Europa	938	1516	1734	1715	1809	1836	1787	1403	1207	1425	948	1012	1031
Asia	448	625	920	955	983	976	974	954	897	1401	1299	1302	1339
Africa	1306	933	984	1194	1265	1367	1394	1926	6184	6182	6263	5699	1028
America	1752	1792	1806	1949	2457	2434	2258	2354	2518	2645	2801	2174	2208
Australia		28	30	35	53	53	53	35	24	24	41	50	21
Volontari/e												1168	1087
TOTALE	4444	4894	5474	5848	6567	6666	6466	6672	10830	11677	11352	11405	6714



Dati tratti dal sito [www.edc-online.org](http://www.edc-online.org), aggiornati a Ottobre 2004

## **BIBLIOGRAFIA**

### ***TESTI***

Baggio A.M. (2005), *Etica ed Economia. Verso un paradigma di fraternità*, Città Nuova, Roma

Bruni L. (ed.) (1999), *Economia di comunione. Per una cultura economica a più dimensioni*, Città Nuova, Roma

Bruni L. (2004), *L'economia la felicità e gli altri. Un'indagine su beni e benessere*, Città Nuova, Roma

Bruni L., Crivelli L. (edd.) (2004), *Per una economia di comunione. Un approccio multidisciplinare*, Città Nuova, Roma

Bruni L., Pelligra V. (edd.) (2002), *Economia come impegno civile. Relazionalità, ben-essere ed Economia di Comunione*, Città Nuova, Roma

Bruni L., Zamagni S. (2004), *Economia civile. Efficienza, equità, felicità pubblica*, Il Mulino, Bologna

Bureau Internazionale dell'Economia e del lavoro, Movimento Umanità Nuova, *Linee per condurre un'impresa di Economia di Comunione*, 21 marzo 1997, appendice B in Pelligra(2004), *La teoria Economica e la donazione degli utili: un modello* in Bruni L., Crivelli L.(edd.) (2004), *Per una economia di comunione. Un approccio multidisciplinare*, Città Nuova, Roma

Lubich C. (2001), *L'economia di comunione. Storia e profezia*, Città Nuova, Roma

Lubich C., *Lezione per la laurea honoris causa in Economia e commercio*, in Moramarco V., Bruni L. (edd.), *L'economia di comunione. Verso un agire economico a "misura di persona"*, Vita e Pensiero, Milano 2000, pp. 11-21

## **ARTICOLI**

AA.VV. (1999), *Numero speciale «Economia di Comunione/2»*, Nuova Umanità, n.126, vol. XXI, Città Nuova, Roma

AA.VV. (2004), “*Nuovi orizzonti dell’Economia di Comunione*”, Atti del convegno internazionale, Castelgandolfo 10-12 settembre 2004 sul sito

[www.edconline.org](http://www.edconline.org)

AA.VV.(1994-2004), *Economia di Comunione. Una cultura nuova*, periodico quadrimestrale culturale, dal n.1 al n.22, Città Nuova, Roma

Araujo Vera, *Quale persona e quale società per l’economia di comunione?* sul sito [www.edc-online.org](http://www.edc-online.org)

Bruni L., *Per una economia capace di felicità. Spunti di riflessione e provocazioni teoriche* sul sito [www.edc-online.org](http://www.edc-online.org)

Bruni L., *La logica dell’Economia di Comunione?* su [www.edc-online.org](http://www.edc-online.org)

Bruni L. (2004), “*L’Oggi dell’Economia di Comunione*” in atti del Convegno internazionale “*Nuovi orizzonti dell’Economia di Comunione*”, Castelgandolfo, 10-12 settembre 2004 sul sito [www.edc-online.org](http://www.edc-online.org)

Bruni L. (2003), *L’Economia civile e il principio di gratuità*, in Nuova Umanità, n.146, vol.XXV, Città Nuova, Roma

Bruni L. (2003), *Mercato e società civile: scontro o incontro? Alcune riflessioni dalla prospettiva della “Comunione”*, in Nuova Umanità, n.147-148, vol. XXV, Città Nuova, Roma

Ferrucci A. , *Il nuovo delle imprese EdC*, sul sito [www.edc-online.org](http://www.edc-online.org)

Lubich C. (2001), *Quattro aspetti dell’Economia di Comunione da sottolineare*, Convegno “Dieci anni di EdC” Castelgandolfo, aprile 2001

***SITI INTERNET***

[www.edc-online.org](http://www.edc-online.org)

[www.edcpa.com](http://www.edcpa.com)

[www.ecodicom.net](http://www.ecodicom.net)

[www.cittanuova.it/edc.asp](http://www.cittanuova.it/edc.asp)

[www.focolare.org/it/edc\\_i.html](http://www.focolare.org/it/edc_i.html)