

Le linee per condurre un'impresa di Economia di Comunione

L'Economia di Comunione propone alle organizzazioni produttive che fanno propri il suo messaggio e la sua cultura, le seguenti "Linee per condurre un'impresa", scritte alla luce della vita e della riflessione di migliaia di imprenditori e lavoratori, e seguendo lo schema dei cosiddetti "sette colori", che sono una delle intuizioni carismatiche fondative del modo di concepire e praticare la vita associata del 'carisma dell'unità', di cui l'EdC è espressione.

1. Rosso: Imprenditori, lavoratori ed impresa



Le **imprese** che aderiscono all'economia di comunione definiscono la propria "missione aziendale" adottando la comunione come valore fondamentale della propria organizzazione, ad ogni livello.

Perché ciò si attui, le funzioni e i ruoli aziendali sono definiti con chiarezza ed esercitati con spirito di servizio e di responsabilità. Lo stile di direzione è partecipativo. Gli obiettivi aziendali sono condivisi e adeguatamente verificati in modo trasparente, avendo una particolare attenzione per la qualità delle relazioni tra tutti i soggetti coinvolti (*stakeholders*), con una speciale attenzione alla comunione con gli altri imprenditori EdC, con la commissione regionale e con le associazioni EdC locali e internazionali.

Quando l'impresa ottiene profitti, gli imprenditori e soci si impegnano a condividerli per destinarli, nel rispetto delle procedure tipiche nelle diverse forme d'impresa e delle situazioni sociali in cui operano, attribuendo a questi tre obiettivi uguale importanza:

(a) all'aiuto di persone in situazione di indigenza attraverso varie forme di intervento, tese all'inclusione comunitaria e produttiva;

b) allo sviluppo dell'impresa e cioè il suo consolidamento, il miglioramento della qualità di beni e servizi, e soprattutto nei paesi dove il lavoro manca, la creazione di nuovi dei posti di lavoro, ed infine laddove è possibile anche alla remunerazione dei soci;

(c) alla diffusione della cultura di comunione e del "dare". Nel caso in cui l'adesione alla EdC non fosse ancora condivisa da tutti i soci, l'impegno a donare gli utili secondo gli scopi del progetto è limitato alle quote di competenza di chi ha aderito.

2. Arancio: Il rapporto con i clienti, i fornitori, i finanziatori, la società civile e i soggetti esterni



I membri dell'impresa si impegnano con professionalità per costruire e rafforzare buone e aperte relazioni con i clienti, i fornitori e la comunità del territorio in cui operano, la cui salvaguardia e miglioramento sentono parte integrante della propria missione.

L'impresa si rapporta in modo leale e civile con i concorrenti, fornitori, clienti, la società civile e la pubblica amministrazione, che sente come essenziali partner per il raggiungimento del Bene comune. Inoltre, l'imprenditore e i lavoratori delle imprese EdC promuovono il suo spirito e il suo messaggio, presentando le proprie idee e esperienze in convegni, seminari, incontri, poiché considerano parte della propria 'vocazione' diffondere questa nuova visione

economica. Non si accontentano di vivere l'EdC, la vogliono far conoscere a tanti, con una speciale attenzione ai giovani, che accolgono anche in periodi di formazione o stage.

3. Giallo: Spiritualità ed Etica



Il lavoro dall'EdC è visto come una opportunità di crescita non solo professionale, ma anche spirituale ed etica.

L'impresa si impegna nel rispetto concreto delle leggi ed opera per il cambiamento e miglioramento delle leggi. Mantiene un comportamento corretto nei confronti delle autorità fiscali, degli organi di controllo, dei sindacati e degli organi istituzionali. È cosciente che la qualità della vita lavorativa è dimensione essenziale per la realizzazione della persona, e per lo sviluppo della sua vocazione come lavoratore e come essere umano.

Chi lavora nelle imprese EdC apprende a valorizzare anche le difficoltà e la sofferenza nei luoghi di lavoro, facendone occasioni preziose di crescita e di maturazione. Nella definizione della natura e della qualità dei propri prodotti, l'impresa si impegna non solo al rispetto dei propri obblighi contrattuali, ma anche a valutare gli effetti dei prodotti stessi sul benessere delle persone a cui sono destinati e sull'ambiente.

4. Verde: Qualità della vita, felicità e relazioni



Uno degli obiettivi fondamentali di una azienda EdC è **diventare una vera comunità**. Vengono a tal fine programmati incontri periodici per verificare la qualità dei rapporti interpersonali e per contribuire a risolvere le situazioni conflittuali, ricorrendo regolarmente ai cosiddetti "strumenti" di comunione, tra i quali: il colloquio periodico tra i lavoratori e i responsabili (almeno una volta l'anno); momenti di verifica comunitaria e di "correzione fraterna" tra tutti i membri aziendali che così sperimentano una fraternità ed eguaglianza fra tutti, che viene prima della necessarie differenze funzionali e di responsabilità nell'impresa; ascolto da parte dei manager di eventuali proteste e dissensi, o suggerimenti; scambio di esperienze durante

momenti di incontro appositamente previsti. L'impresa EdC sa che senza esercitare questi strumenti di comunione, la vita relazionale aziendale si impoverisce, a scapito anche delle performances economiche.

Alla **salute fisica**, allo **sport** e alla **cura dell'ambiente** vengono attribuite una attenzione speciale, poiché la comunione abbraccia anche la natura e la corporeità.

5. Azzurro: Armonia nell'ambiente di lavoro



La bellezza e l'armonia dei luoghi di lavoro sono il primo biglietto da visita dell'impresa EdC, poiché la comunione è anche bellezza, senza bisogno del lusso, ma di sobrietà. Gli ambienti sono espressione dell'armonia delle relazioni, e sono essi stessi parte delle relazioni aziendali. L'igiene, la pulizia, l'ordine sono parte della cultura dell'EdC, così che la loro armonia metta a proprio agio lavoratori, proprietari, clienti, fornitori e visitatori.

Per questo vengono assicurati il rispetto delle norme di sicurezza, la necessaria ventilazione, livelli tollerabili di rumore, illuminazione adeguata, e tutto ciò che facilita la qualità delle relazioni dentro e fuori l'azienda. **La dimensione della bellezza è tenuta in massima**

considerazione anche quando l'impresa entra, direttamente o indirettamente, in contatto con la povertà, coscienti che la prima forma di cura di ogni forma di indigenza è l'attenzione all'altro, e la dimensione della bellezza dice ciò in maniera massima.

6. Indaco: Formazione, istruzione, sapienza



L'impresa favorisce tra i suoi membri l'instaurarsi di un clima di fiducia reciproca, 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.

La prima scuola di formazione è sempre la comunità aziendale, nei suoi vari rapporti. Inoltre, la direzione adotterà criteri di selezione del personale e di programmazione dello sviluppo professionale per i lavoratori tali da agevolare l'instaurarsi di tale atmosfera. L'impresa fornirà opportunità di aggiornamento e di apprendimento continuo, favorendo la formazione professionale e la formazione alla cultura di comunione del proprio personale, con una

particolare attenzione ai giovani, dentro e fuori l'impresa.

Infine, **l'imprenditore ed i lavoratori dell'EdC coltivano la loro umanità e i loro interessi dentro e fuori l'azienda**, con una particolare attenzione allo sviluppo della cultura e del pensiero economico, e per questo partecipano a scuole e convegni, per essere sempre più capaci a dare ragioni della propria visione aziendale e culturale.

7. Violetto: Comunicazione



Gli imprenditori che aderiscono all'EdC lavorano costantemente per **creare un clima di comunicazione aperto e sincero**, che favorisca lo scambio di idee e di informazioni tra tutti i livelli di responsabilità. A questo fine adottano gli opportuni strumenti di rendicontazione periodica, sia all'interno dell'azienda sia verso l'esterno (es. "bilancio sociale"), strumenti che mostrino nei fatti il valore sociale generato per i diversi soggetti interessati dall'attività aziendale.

Non c'è comunione senza comunicazione. Le imprese impostate secondo l'Economia di Comunione, anche nell'intento di sviluppare rapporti economici reciprocamente utili e produttivi, utilizzano i più

moderni mezzi di comunicazione per collegarsi tra loro a livello sia locale che internazionale.

Gli imprenditori che aderiscono all'Economia di Comunione, consapevoli della valenza culturale e politica che il successo del comune progetto può comportare, mantengono sempre vivo fra di loro, a livello locale ed internazionale, uno **spirito di reciproco sostegno e di solidarietà. E si mettono in rete** con tutti gli uomini e le donne di buona volontà che vogliano contribuire sinceramente ad un mondo più giusto, fraterno, unito.